

Universidad Nacional de San Martín,
Escuela de Economía y Negocios

Carrera:

Licenciatura en Turismo.

Nombre del trabajo:

Turismo Deportivo. El caso del Museo de River Plate.

Alumnas:

Cardozo, Luciana. DNI: 39.171.056

Castellano, Mariangeles. DNI: 38.354.329

Castellano Lazaga, Daniela Alexandra. DNI: 38.073.640

Tutor:

Mayo, Ariel.

Fecha de presentación:

14-diciembre-2023.

Índice

Introducción	2
Metodología	3
Hipótesis	3
Objetivos	4
CAPÍTULO I : Marco Teórico	5
Turismo	5
Deporte	5
Turismo deportivo	6
Museo	11
CAPÍTULO II: Museos deportivos en Argentina y en el mundo	13
REAL MADRID CLUB DE FÚTBOL	16
SPORTING LISBOA E BENFICA	23
CAPÍTULO III: Caso Museo de River Plate	35
CAPÍTULO IV: Conclusiones	53
ANEXOS	56
Anexo 1 Real Madrid Club de Fútbol	56
Anexo 2 Sporting Lisboa e Benfica	62
Anexo 3 River Plate	65
Anexo 4 Museo Avellaneda	67
Anexo 5 Circuito turístico deportivo	70
BIBLIOGRAFÍA	73

Introducción

En este trabajo abordaremos la evolución de la relación entre Turismo y Fútbol, destacando el papel del fútbol dentro de Argentina y desarrollando como eje principal el Museo Deportivo, elemento que desde sus inicios hasta la actualidad continúa modificándose en base a las necesidades de los Clubes y del público al cual se pretende alcanzar.

Desarrollaremos su importancia y papel dentro de la industria turística, sus funciones, su manejo y como es visto actualmente, tomando como estudio de caso el Museo de River, perteneciente al Club Atlético River Plate, uno de los clubes de fútbol más importantes de Argentina, con más de 120 años de historia.

Nos interesa demostrar por qué el Museo Deportivo es sumamente significativo para la planificación de estrategias turísticas dentro de la categoría de Turismo Deportivo, teniendo en cuenta que el fútbol hoy es un elemento estructural dentro de la Marca País de Argentina, política que busca posicionar al país en el contexto internacional mediante sus factores diferenciales. El fútbol contribuye significativamente a la proyección cultural de nuestro país en todo el mundo, especialmente luego del protagonismo alcanzado gracias a consagrarse campeón del mundo en el Mundial Qatar 2022.

Nuestro trabajo de investigación se divide en 4 capítulos. En el primero ahondaremos sobre la relación del fútbol con el turismo, centrándonos en la categoría de Turismo Deportivo, y detallaremos sobre la historia del fútbol como disciplina tanto internacional como nacional.

En el siguiente capítulo explicaremos el concepto de Museo Deportivo y tomaremos como ejemplo dos clubes de Europa: Benfica (Portugal) y Real Madrid (España). Describiremos la historia e importancia de cada club y de qué forma han implementado la construcción de sus museos; qué actividades llevan a cabo para poder atraer visitantes, cómo es el diseño de sus recorridos y cuáles son sus características más notables.

En el tercer capítulo nos dedicaremos a explicar nuestro estudio de caso, el club River Plate. Comenzaremos con una breve reseña histórica del club y de su estadio, detallaremos la actualidad del club describiendo sus creaciones institucionales. Y finalmente nos adentraremos en su museo, identificando sus elementos al igual que los clubes anteriormente nombrados.

Y en el último capítulo formulamos las conclusiones, comparando los museos de los clubes internacionales y nuestro estudio de caso. Haremos énfasis en su conexión con el turismo, su desarrollo y actualidad.

Metodología

Nuestro trabajo tiene un enfoque descriptivo e histórico. Según Hernández Sampieri (2014: 92), los estudios descriptivos buscan “describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es, detallar cómo son y se manifiestan (...) [el objetivo de estos estudios es] medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren”.

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron fuentes primarias y secundarias. Cabe recordar que *“las referencias o fuentes primarias proporcionan datos de primera mano, pues se trata de documentos que incluyen los resultados de los estudios correspondientes”* (Hernández Sampieri, 2014 , p. 61). Dichas fuentes son cuestionarios, que fueron realizados a las autoridades de las instituciones detalladas en la investigación por e-mail, para los mismos se tomaron en cuenta las recomendaciones de Piovani (2007).

Respecto a las fuentes secundarias, se tratan de *“datos recolectados por otros investigadores”* (Hernández Sampieri, 2014, p. 252). En nuestro caso, dichas fuentes consistieron en la recopilación de bibliografía referida a la historia de los clubes y del turismo deportivo. También se utilizaron notas de diferentes medios de comunicación, tanto los deportivos como los de interés general. Y otro medio de recolección de datos secundarios fueron las diversas investigaciones académicas. De esta manera, la variedad de herramientas nos permitió abordar de manera más completa la problemática.

Hipótesis

Nuestra hipótesis plantea que, dado que los museos deportivos ligados al fútbol son un atractivo turístico de gran relevancia debido a que es uno de los deportes más populares del mundo, y que las personas que se interesan por este deporte y por un equipo en particular comparten una identidad colectiva, es necesario que en Argentina este tipo de museos adquieran mayor proyección en la planificación turística local.

Objetivos

Objetivos principales:

- Describir la relación entre turismo y fútbol
- Describir el papel histórico y actual del museo de fútbol a nivel mundial y nacional.

Objetivos secundarios

- Comparar las características del Museo de River con los museos de los clubes Real Madrid y Benfica.
- Señalar la función del museo de River dentro del turismo local.
- Detallar las distintas facetas del fútbol.

CAPÍTULO I : Marco teórico

En el siguiente capítulo presentaremos los conceptos centrales de esta investigación, detallando distintas definiciones de cada uno, lo que nos permitirá abordar cada tema de forma más completa. Iniciaremos con conceptos más generales para poder continuar con aspectos más específicos.

Turismo

El turismo cuenta con variedad de definiciones según su temporalidad, desplazamiento, y la motivación de las personas a lo largo de la historia, entre otros factores.

Tourism Society of England en 1976 indicó que *“Turismo es el desplazamiento corto y temporal de personas hacia destinos distintos a sus lugares de residencia o trabajo habitual, así como las actividades que realizan durante su estancia en el destino. Se incluyen los desplazamientos por cualquier motivación”*

Posteriormente, Burkart y Medlik (1981) definieron al turismo como *“los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos”* (p. 5)

De esta manera llegamos a la definición que tomaremos como referencia principal ya que es la más reconocida a nivel mundial:

La Organización Mundial de Turismo (OMT,1994) define como turismo como *“Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos (...) no relacionado con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado”*

Es así entonces, que el turismo no constituye una actividad económica productiva, sino una actividad de consumo.

Deporte

Por otra parte, el deporte es definido como *“todo tipo de actividades físicas que, mediante una participación, organizada o de otro tipo, tengan por finalidad la expresión o la mejora de la condición física o psíquica, el desarrollo de las relaciones sociales o el logro de resultados en competiciones de todos los niveles”*. (Carta Europea del

Deporte, 1992). Nos centraremos en esta definición ya que nos parece que detalla de forma completa el concepto.

Y el Comité Olímpico Internacional, en su Carta Olímpica 2020 agrega que *“toda persona debe tener la posibilidad de practicar deporte sin discriminación de ningún tipo y dentro del espíritu olímpico, que exige comprensión mutua, solidaridad y espíritu de amistad y de juego limpio”*

El deporte tiene diversas manifestaciones, tal como lo explica Marco Martos (2003):

Deporte-competición: cuya finalidad es el rendimiento, la obtención de logros que puedan conseguirse venciendo al adversario o como superación de uno mismo.

Deporte-espectáculo: su objetivo es el esparcimiento público.

Deporte-educación: la finalidad de este es el desarrollo de la persona, potenciando los valores de este.

Deporte-salud: la búsqueda de un estado de bienestar físico, psíquico y social que redunde en la creación de hábitos saludables y mejora de la calidad de vida determina esta concepción del deporte.

Deporte-recreación: se practica por placer y diversión, no hay intención

Deporte-integración social: la práctica deportiva puede favorecer la integración convirtiendo el espacio deportivo en un espacio de socialización.

Y debido a esta variedad de manifestaciones es que se puede comprender por qué el deporte es practicado a nivel mundial por millones de personas.

Turismo deportivo

La relación entre ambos conceptos ya explicados, deporte y turismo, se remonta a muchos siglos atrás, podemos tomar como primer ejemplo a los desplazamientos que realizaban los ciudadanos de todas las regiones con motivo de presenciar los Juegos Olímpicos, el acontecimiento cultural más importante de la antigua Grecia.

Este evento se celebraba cada cuatro años en el lugar sagrado de Olimpia, en el Peloponeso occidental, en honor a Zeus, el dios supremo de la religión griega. Los Juegos, que se celebraron entre el 776 a. C. y el 393 d. C., contaban con participantes y espectadores de toda Grecia e incluso de fuera de ella.

De esta manera, a lo largo de la historia se reconocen distintas definiciones. En 1992 Hall argumentó que engloba a desplazamientos realizados por razones recreativas para participar u observar actividades deportivas fuera del lugar de residencia habitual.

Otra definición, y tal vez una de las difundidas, es la de los autores Standeven y Paul De Knop (1999) la cual indica que se trata de “*todas las formas activas o pasivas de la actividad deportiva, participando casualmente o de forma organizada, bien sea por razones comerciales o de negocios o no, pero que necesariamente implique un viaje fuera del lugar habitual de residencia o trabajo*”. (p. 12)

Por otra parte, Steve Secall (1991), argumenta que el turismo deportivo es una actividad turística de la que forma parte algún tipo de práctica deportiva, ya sea como objetivo fundamental, o como objetivo complementario.

En el año 2001 se realizó la primera Conferencia Mundial de Deporte y Turismo, la cual fue organizada por la Organización Mundial de Turismo y el Comité Olímpico Internacional (COI). Dicha jornada fue primordial para impulsar las relaciones entre deporte y turismo a nivel internacional.

Esta relación es estrecha, ya que el deporte puede ser una actividad atractiva para los turistas y puede ser una razón importante por la que algunas personas viajan. Martos (2003) afirma, además, que la actividad deportiva le añade valor a la oferta turística de una ciudad ya que diversifica la oferta, atrae visitantes, rompe con la estacionalidad y contribuye a incrementar los ingresos turísticos.

Eventos y actividades deportivas

Dentro del turismo deportivo podemos destacar a los eventos deportivos como atracciones (para participantes y seguidores), y las formas más activas de participación deportiva que requieren realizar un viaje para poder realizarlas.

Las agencias de turismo generalmente incluyen eventos, atracciones y exposiciones como parte importante de su estrategia de desarrollo turístico de la zona de cobertura (Getz, 1989).

Si esto se relaciona dentro del ámbito turístico futbolístico debemos descartar que el turista sea participante activo del deporte, porque en la mayoría de los casos éstos realizan de forma pasiva la actividad, ya sea como espectador del evento o como visitante a alguna de las atracciones turístico-futbolísticas. La práctica activa en este caso está reservada a los futbolistas, cuya profesionalización impide realizar actividades turísticas en la localidad. De esta manera, podemos clasificar a la mayor parte de estos turistas futbolísticos como espectadores o visitantes.

Otro aspecto a tener en cuenta en la incidencia del fútbol dentro del turismo es la magnitud del evento. Se debe prestar atención a la magnitud que pueda presentar ya que esto repercutirá con una mayor o menor influencia en el devenir económico-turístico de la zona.

Con respecto a esto, volviendo a la conceptualización, para que una actividad deportiva pueda calificarse como tal, debe cumplir una serie de características que supongan un nivel de organización más elevado. Para Añó (2011) existen cuatro características que separan una actividad deportiva de un evento deportivo. Estas son las siguientes:

- Repercusión social,
- Nivel amplio de asistencia de público,
- Presencia de los medios de comunicación,
- Audiencia televisiva.

Estas características condicionan la actividad física como evento deportivo, y a su vez están interrelacionadas entre sí, aunque en algunas situaciones específicas existen deportes que no tengan la suficiente repercusión en alguna característica concreta, pero poseen la suficiente capacidad como para categorizarlas como eventos deportivos.

Siguiendo a este mismo autor, existen otras dos características que permiten diferenciar entre eventos deportivos y grandes eventos deportivos. Estas son:

- Tipo de deporte,
- Dificultad de la práctica.

Deportes como el fútbol cuentan con un número de seguidores y practicantes mucho mayor que cualquier otro, frente a deportes cuya práctica es de un alto nivel técnico, que cuentan con un menor número de practicantes y, en consecuencia, un menor seguimiento de las competiciones.

Por último, el autor señala otras dos características fundamentales para considerar al evento deportivo como un mega-evento deportivo. Estas son:

- Patrocinadores,
- Ingresos propios privados (venta de entradas, derechos de retransmisión, merchandising...).

Aunque puedan considerarse como una única característica, estas últimas se diferencian en que, en la actualidad, todos los grandes eventos deportivos cuentan con el apoyo de grandes casas comerciales para su celebración, mientras que los ingresos propios percibidos por los eventos deportivos varían enormemente según la práctica deportiva.

Concretamente en el ámbito futbolístico, se cumplen las características definidas, posee una inmensa repercusión social, ya que suele asistir un mayor número de público comparado con otros deportes.

Sin embargo, se debe comprender que el valor turístico del fútbol también depende, como se explica la Figura a continuación, de la magnitud y periodicidad de la competición.

Figura 1. Valor turístico de los eventos deportivos



Fuente: adaptado de Getz (2008).

De este modo, con el transcurso de los años, el turismo deportivo se ha convertido en un nuevo campo académico de estudio, además de ser identificado el deporte como un producto turístico de manera cada vez más popular.

Llopis-Goig (2015) indica que las tendencias o presiones ambientales que más influyen en la configuración y estructura de los clubs son las que implican los procesos de "*profesionalización, mercantilización y globalización*". A continuación, se explican estos tres procesos:

1) La profesionalización responde a la búsqueda de un mayor desempeño en el desarrollo de las tareas y funciones, y suele significar que la dirección del club está en manos de técnicos y profesionales especializados. Es entonces, una respuesta a la creciente complejidad del entorno y se manifiesta en una mayor diferenciación de funciones, planificación de acciones, coordinación entre las distintas áreas y búsqueda de mayor eficacia y eficiencia.

2) Los procesos de mercantilización de los clubs surgen históricamente cuando el incremento de los gastos internos obliga a buscar fuentes externas de financiación, lo que ha llevado a los clubs a crear y fortalecer sus departamentos comerciales y desarrollar estrategias de marketing, tanto con sus seguidores como con el público en general.

3) Por último, las tendencias de globalización han tenido un fuerte impacto en la configuración y los patrones de rendimiento de los principales clubs de fútbol. Este

proceso afecta a la composición de los clubs, y está relacionado con la mundialización de las audiencias y la imparable formación de un complejo deportivo- mediático a nivel mundial.

En otra teoría, Knop (1991) establece que la relación entre el turismo y el deporte se encuentra vinculada a la intencionalidad y al tiempo invertido en la actividad durante el periodo de vacaciones de una persona, desde esa perspectiva plantea dos opciones.

-Deporte en vacaciones

-Vacaciones deportivas.

En el caso del primer concepto surgen dos alternativas, tales como que el deporte puede ser usado como complemento o de manera ocasional. En el caso que sea complemento de la actividad principal el viajero tiene la finalidad de dedicar gran parte de su descanso a la realización de algún deporte. Por otra parte, si la actividad es ocasional hace referencia a que el turista en ningún momento tuvo previsto la práctica de alguna actividad, es por eso que tampoco la elección del destino depende de eso.

Las opciones de vacaciones deportivas ofrecen varias opciones.

Deportivas activas: en ellas el viajero invierte mucho tiempo en la actividad deportiva y a su vez es el motivo trascendental para la organización del viaje.

Deportivas pasivas: el objetivo de esas vacaciones es concurrir a un evento deportivo.

Hay dos elementos interesantes para poder relacionar el turismo y el deporte, el primero es la noción de desplazamiento de un sitio a otro, dicho viaje se encuentra vinculado a la realización de algún deporte o asistencia a cierto espectáculo deportivo.

Ambos elementos hacen que el viaje tenga un fin de turismo activo y con motivaciones conectadas a las actividades físicas y deportivas.

El turismo deportivo se puede presentar como una práctica, o también como una atracción deportiva, en el último caso el deporte se exhibe a los turistas como una atracción, en donde el visitante participa asistiendo al evento, dicha oferta es variada ya que pueden ser partidos de fútbol tanto de campeonatos locales como espectáculos internacionales, campeonatos de rugby, básquet, o de tenis entre otros, a su vez se engloban en esta categoría los congresos y jornadas deportivas en los cuales el tema principal es el deporte, también parte de la atracción deportiva son los museos deportivos, donde por lo general se busca mostrarle al visitante de una manera didáctica la historia del club. El fin del turismo deportivo como atracción deportiva, es el deporte entendido como un evento, son actividades físico-deportivas, las cuales se comercian turísticamente y pueden suceder de manera eventual como es el caso de la visita a determinado campeonato, o también puede ser permanente como los museos deportivos.

En el caso de ser presentado como una práctica puede ser de dos maneras, la primera es que esta actividad sea la oferta principal del destino, y en esta clasificación se puede encontrar los sitios en donde su principal atracción turística son por ejemplo el esquí, navegación, el deporte aéreo, el golf entre otros.

Se pueden observar diferentes tipos de turistas deportivos y de turismo deportivo, en el caso del primero son quienes participan de actividades deportivas y se los debe clasificar en tres tipos.

-Quienes son participantes del espectáculo

-Los espectadores del evento

-Los fanáticos del deporte en cuestión son los que organizan los viajes alrededor del festival

En resumen, el turismo y el deporte están estrechamente relacionados ya que pueden influenciarse mutuamente y ofrecer oportunidades para enriquecer la experiencia de ambos sectores.

Museo

Para adentrarnos en el elemento de referencia de nuestro trabajo, el museo deportivo, primeramente, tomaremos la definición de museo según los estatutos del Consejo Internacional de Museos (ICOM):

“Un museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo.”

Los museos cuentan con un espacio físico y tienen una cierta coherencia en sus colecciones, a su vez suelen tener exposiciones permanentes y temporales.

Gracias al avance del fútbol a nivel mundial se fue incrementando la construcción de museos de diferentes clubes, es así como en la actualidad un gran número de equipos cuentan con su respectivo museo, los cuales funcionan como anexo de la institución correspondiente. En estos sitios se plasma la historia del equipo desde sus comienzos hasta la actualidad, en sus salas se exhiben trofeos, escudos, las diversas camisetas que ese equipo utilizó a lo largo de su trayectoria y los jugadores que pasaron e hicieron grande a la institución. Hablaremos de forma detallada de estos elementos en los próximos capítulos.

Uno de sus objetivos es brindar de un modo didáctico la historia para que tanto los fanáticos del club como los turistas que lo visitan puedan entender todo lo que vivió ese club a lo largo de sus años. Son visitados tanto por sus hinchas como por los

turistas que visitan la ciudad y quieren observar algo diferente a lo que tienen planteado en su itinerario.

Relacionado a esto, según un artículo periodístico de TÉLAM (2013), una institución deportiva con museo *"permite a los turistas descubrir primero los antecedentes de los equipos, para luego sentir las vibraciones que sólo otorga un campo de juego repleto de fanáticos con banderas, bombos y cánticos"*

Cabe destacar que no solo los clubes tienen sus respectivos museos, sino que hay algunos destinados al fútbol en general. El 22 de diciembre de 2022 se inauguró en el Museo Histórico Nacional de Argentina, una exposición dedicada a la Selección Nacional y a los diversos clubes del país. Esta muestra brinda información del fútbol desde sus inicios hasta la actualidad, a lo largo de la exposición se pueden apreciar más de cien camisetas de las diversas instituciones, pelotas, botines, medallas y copas. Además, en ese circuito se le brinda un papel importante a la figura femenina en el fútbol, desde el primer encuentro femenino en 1913 en la ciudad de Rosario hasta que se logró el profesionalismo en 2019.

CAPÍTULO II: Museos deportivos en Argentina y en el mundo

Como se explicó en el capítulo 1, los turistas a los cuales les interesa el deporte se desplazan para poder asistir a algún evento deportivo, conferencia, congreso, o también visitar algún museo deportivo, donde se busca poder mostrar al visitante la historia del club de manera didáctica, se ofrece también visitas guiadas a sus estadios, lo mismo que poder acceder a la tienda oficial para poder adquirir los productos oficiales de dichos clubes.

Hoy en día, la gran mayoría de los clubes tienen museo en sus instalaciones con el objetivo de poder mostrar a aficionados del deporte y turistas la historia del club y los momentos más importantes en su historia.

Al comienzo de este capítulo, realizaremos un relevamiento para conocer en qué clubes se encuentran museos deportivos, en cuáles no, y si existen empresas turísticas que se dediquen a realizar tours en dichos establecimientos; esto lo desarrollamos en tres países específicos: Argentina, España y Portugal. Luego, nos explayaremos en dos clubes europeos: el club español Real Madrid, y el Benfica en Portugal. Tomamos como ejemplo ambas instituciones ya que sus respectivos museos fueron diseñados por la misma empresa que diseñó el del Club Atlético River Plate, además de tratarse de los museos deportivos más visitados a nivel nacional, y son los 2 clubes con más socios de España (Real Madrid con 92.480 socios) y Portugal (230.000 socios).

De dichos clubes se hablará en este capítulo sobre la historia de los clubes, sus estadios, remodelaciones y haremos principal hincapié en sus museos, el diseño, actividades, promoción turística y como se llevó a cabo la apertura durante la pandemia de COVID-19.

MUSEOS DEPORTIVOS

Según una investigación que realizamos en los clubes de fútbol en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA), España y Portugal, podemos visualizar que la mayoría de los clubes si poseen museos, en algunos casos la difusión de éstos es escasa ya que en la página web oficial no se menciona dicho establecimiento, en las redes sociales no se promociona o no se ofrecen estadio tours.

A continuación, detallaremos sobre los clubes que se encuentran en cada uno de los sitios antes mencionados:

CIUDAD AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

De la totalidad de clubes que actualmente se encuentran en primera división ubicados en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, se puede ver que la mayor parte posee museo.

CON MUSEO	SIN MUSEO
Club Atlético River Plate	Huracán
Club Atlético Boca Juniors	Club Atlético Platense
Asociación Atlética Argentinos Juniors	
Club Atlético San Lorenzo de Almagro	
Club Atlético Vélez Sarsfield	

Los Clubes que ofrecen visitas guiadas y estadio tour son River Plate, Boca Juniors, Argentinos Juniors. Los clubes Vélez Sarsfield, San Lorenzo de Almagro, Ferrocarril Oeste tienen museo solamente.

ESPAÑA

Estas asociaciones deportivas mencionadas a continuación actualmente están compitiendo en la Liga de Primera División de España.

CON MUSEO	SIN MUSEO
Barcelona	Osasuna
Real Madrid	
Athletic de Bilbao	
Valencia	
Atlético de Madrid	
Sevilla	
Espanyol	
Celta de Vigo	
Villarreal	

Aquí la mayoría de los clubes poseen museo, con estadio tour, como Barcelona, Real Madrid, Athletic de Bilbao, Valencia, Atlético de Madrid, Espanyol.

Los clubes Sevilla y Celta de Vigo y Villarreal solo ofrecen visitas al museo, en este último actualmente se están haciendo reformas en el estadio La Cerámica.

El Club Osasuna actualmente está en proceso de realizar un museo dentro del establecimiento, con la idea de poder inaugurarlos a principios del 2023.

En relación con esto último mencionado, existen empresas de turismo como BStadium que ofrecen estadio tour a estadios, como por ejemplo al del Club Celta de Vigo y Club Villarreal, que no poseen difusión de su museo o que realicen estadios tour propios.

El Ente de Turismo de Madrid ofrece un city tour a través del bus turístico que pasa por el Estadio Santiago Bernabéu. Posee dos rutas: Madrid Histórico y Madrid Moderno, para poder pasar por el estadio Santiago Bernabéu se debe hacer el recorrido de Madrid Moderno.

Lo mismo sucede con Barcelona, existe un bus turístico donde uno de sus recorridos, la Ruta Azul, pasa por el Estadio Camp Nou de Barcelona.

PORTUGAL

Estos clubes mencionados a continuación actualmente están compitiendo en la Primera División de Portugal o denominada también La Primera Liga.

CON MUSEO	SIN MUSEO
Benfica	Gil Vicente
Porto	Estoril
Sporting de Lisboa	Santa clara
Braga M+T	
Boavista M	
Vitoria de Guimaraes M	

En Portugal, hay más clubes que ofrecen ambos servicios de visita al museo junto al estadio tour. Solo unos pocos poseen un solo museo y no realizan estadio tour. Los de

más bajos recursos económicos no promocionan visitas a museos. Incluso al investigar nos encontramos con que no tienen página web del club, como Club Estoril.

Investigando sobre el servicio de bus turístico en Portugal, no tienen un circuito específico de visita a estadios de fútbol. En cuanto a los recorridos que ofrecen no pasan por los estadios de fútbol.

Hay empresas de turismo como Civitatis que ofrecen visitas a los estadios con reserva previa.

REAL MADRID CLUB DE FÚTBOL

El Real Madrid Club de Fútbol, más conocido como Real Madrid, es una entidad polideportiva con sede en Madrid, capital de España. Es uno de los clubes más importantes de España junto a Barcelona FC, Atlético de Madrid, Valencia, siendo uno de los clubes más ganadores de la historia del fútbol con más de 100 trofeos alcanzados a nivel nacional e internacional.

Fue creada el 6 de marzo de 1902, cuando se dio lugar a la primera junta directiva fundacional del Madrid Football Club, bajo la presidencia de Juan Padrós.

Además de la importancia que tiene el fútbol, se destaca en otras disciplinas como fútbol femenino, básquet. A lo largo de la historia ha desarrollado otras disciplinas deportivas, como atletismo, remo, boxeo, pero debido a las exigencias económicas que conlleva el crecimiento que ha tenido el fútbol en dicha institución, se dejó de lado el desarrollo de estos deportes, aunque durante su existencia le han permitido al club ganar diversos trofeos y campeonatos.

Socios

En el informe anual que se realizó el año 2022 se señala que actualmente Real Madrid cuenta con aproximadamente 92.480 socios, siendo de los clubes con más asociados de España, luego del club FC Barcelona.

Cuenta con filiales o peñas como se lo define en España, con un total de 2.466 en el mundo. Aquí en Argentina, desde el 2018 existe una peña madridista localizada en Buenos Aires, la cual no cuenta con la oficialización por parte del club español, pero que actualmente posee 60 socios.

Estadios

Antes de la construcción del actual estadio, el Real Madrid ha utilizado diferentes escenarios para disputar partidos y campeonatos.

Estadio Santiago Bernabéu

El Estadio Santiago Bernabéu, actual escenario usado por el Real Madrid, fue inaugurado en 1947, ubicado en la ciudad capital Madrid. Tiene un aforo de 81.044 espectadores. Está catalogado por la UEFA en 2007 como un estadio de élite debido a las grandes remodelaciones que se realizaron, permitiendo así seguir organizando finales de las grandes competiciones.

El Estadio es el lugar más fotografiado de Madrid, según un estudio reciente de la Facultad de Geografía de la Universidad Complutense, que lo sitúa como el lugar más popular de la capital española.

Además de ser la sede del Real Madrid, el Estadio Bernabéu es utilizado para partidos de la selección mayor de fútbol de España, entre ellos la Copa del Mundo de España de 1982. También para Copas Internacionales de Clubes como La Copa de Europa o Champions League, la Copa Europa League o Liga de Europa.

Fue sede en tres ocasiones de la Copa Intercontinental o Mundial de Clubes.

Otro hito importante es que fue sede de la Final de la Copa Libertadores de América en el 2018, entre River Plate y Boca Juniors.

Actualidad: Remodelaciones del Estadio Santiago Bernabéu

En el año 2019 comenzaron obras de restauración y modernización en el estadio. Las mismas buscan que siga siendo un referente mundial en el deporte y la arquitectura. Esta remodelación, que está siendo llevada a cabo por GMP Arquitectos y L35 Ribas, convertirá al Bernabéu en un recinto vanguardista, que satisfaga las demandas de los socios, turistas y permita incrementar los ingresos del club.

Principalmente se buscará transformar al Bernabéu en un estadio más moderno, tecnológico. Además, poder ampliar su museo, mejorar los accesos al mismo y aumentar su oferta comercial de tiendas oficiales madridistas.

Para más información sobre historia, escudo, estadio y demás datos complementarios consultar Anexo 1 - Real Madrid Club de Fútbol.

Museo Real Madrid

En base a inquietudes que surgieron en la investigación de este trabajo, nos pusimos en contacto con autoridades del Museo Real Madrid para poder interiorizarnos en el funcionamiento de éste, lo cual respondieron:

Fue inaugurado el 20 de mayo de 1999, un año después de conquistar la séptima Copa de Europa. Se destaca por ser uno de los cinco museos más visitados en España en el 2022, está atiborrado de todas las copas y trofeos que el equipo ha ganado a lo largo de su historia.

El Tour Bernabéu se destaca por ser el primer tour de Estadios del mundo con un concepto innovador de visita libre, en el que los visitantes hacen su visita a su ritmo, sin guías ni apuros. La persona visitante puede ingresar en cualquier momento del día para recorrer.

Desde su apertura, han pasado más de 15 millones de visitantes, donde el porcentaje de visitantes extranjeros está en torno al 55%, siendo las nacionalidades que más lo han visitado Italia, Francia, Inglaterra, Portugal, Estados Unidos, México, Colombia, Brasil y China.

El tour ha evolucionado a un verdadero museo, con espacios audiovisuales de más de 60 metros, tecnología multitouch, una galería de vitrina con más de 700 objetos (de los más de 230.000 que tiene catalogado en el Centro de Patrimonio Histórico de la Fundación), trofeos y otros productos que otorgan un valor añadido como auto guías, la posibilidad de fotografiarse con la Champions League o hacer un fotomontaje con los jugadores.

En cuanto al período que más visitas recibe es durante los meses de verano (junio-agosto), Semana Santa y Navidad.

Con respecto al vínculo del museo con Agencias de Viajes y Entes Gubernamentales, posee la colaboración de organismos oficiales como el Instituto de Turismo de España o también llamado Turespaña, dependiente del Gobierno nacional y Turismo del Ayuntamiento de Madrid y Comunidad, de forma constante, principalmente en Ferias Internacional de Turismo como WTM (World Travel Market) en Londres, ITB de Berlín o la FITUR nacional. Además, se ofrece en todas las oficinas de turismo de las terminales de Barajas y en todas las oficinas de turismo de Madrid como Plaza Mayor, Atocha, etc., paquetes que incluye visita al Tour, tienda y restaurante.

Ofrece la posibilidad de visitas de colegios, con determinados planes ya sea solo visitando el museo de Real Madrid como también combinando con otros museos o atracciones para los más chicos como, por ejemplo, Parque Warner, Parque de Atracciones, Faunia, Zoo, Museo de Cera, Museo Thyssen.

A su vez, en el caso que existan agencias de turismo que deseen coordinar visitas tanto si se trata de un cliente individual, un grupo concertado o escolar, el Real Madrid pone a disposición toda la oferta de productos, donde ofrece el Tour Classic o una visita combinada al Museo de Cera de Madrid.

En cuanto al diseño del museo, está pensado para visitantes en general, principalmente turistas y colegios. No se tomó otro museo como inspiración para el diseño de este, solo se buscó utilizar las últimas tecnologías.

Tal como indicamos, actualmente se están llevando a cabo remodelaciones en el Estadio Bernabéu (ver anexo 1- Real Madrid Club de Fútbol), las mismas incluyen cambios en el museo, donde se incluirá contemplar Tours personalizados incluyendo visitas de noche y visitas en los prepartidos con espacios exclusivos bajo grada en los cuales poder acercarse a las estrellas del Real Madrid, se ofrecerá una oferta especial para convertir uno de los niveles del nuevo Bernabéu en una calle de tránsito dentro del distrito. Esto quiere decir que para ir de una calle a otra del entorno del nuevo Bernabéu no hará falta rodearlo por los alrededores. Se podrá acceder libre y gratuitamente a la “calle Bernabéu” en la cual se ofrecerá todo tipo de alternativas de las marcas más prestigiosas del mercado confluyendo su salida a las zonas de restauración estratégicamente colocadas.

Además, contará con mucha más superficie y se creará un nuevo museo interactivo con las últimas tecnologías de realidad virtual en la zona de Padre Damián. Se ampliará la experiencia del Tour Bernabéu con la creación de un tour panorámico por todo el perímetro de la cubierta alrededor del estadio.

Los 12 pasos del Tour Bernabéu

El Tour Bernabéu consiste en un recorrido de 12 pasos, aunque por obras u otros motivos puede verse alterado. Los visitantes lo realizan a su propio ritmo y en el siguiente orden:

1. Panorámica del estadio. La visita empieza subiendo por escaleras mecánicas al tercer anfiteatro, desde donde se disfruta de una vista amplísima del estadio, a 50 metros sobre el césped. Es el lugar ideal para hacer las primeras fotos.



2. Sala mejor club de la historia. Aquí el visitante entra en una sala en penumbras donde se asiste a un viaje audiovisual e interactivo a través de la historia del Real Madrid, sus jugadores míticos, sus gestas deportivas y una innumerable cantidad de trofeos conquistados.
3. Sala sensaciones. En esta sala se puede escuchar el sonido del madridismo, descubrir detalles técnicos de cada uno de los jugadores del equipo, asistir a jugadas y goles en un gran muro táctil, sentir la emoción madridista. El visitante puede hacerse una foto para integrarla en un gran mosaico de los jugadores. Aquí también se encuentra un plato fuerte de la visita al Bernabéu, la sala Reyes de Europa. En esta sala se exhiben las 14 Copas de Europa conquistadas por el club en un montaje de audio y vídeo espectacular.



4. Fotomontajes. Durante el recorrido se hace una parada para fotografiarse junto al jugador escogido. El fondo será el propio estadio Santiago Bernabéu. También puedes aparecer en una foto protagonizando una jugada o la celebración de un gol junto a los jugadores. Las fotos se recogen a la salida, al pasar por la tienda.

Bajando al césped

5. Terreno de juego. El recorrido discurre por la grada norte a muy poca distancia del césped, con una perspectiva del terreno de juego diferente de la panorámica inicial.
6. Palco presidencial. El visitante puede sentarse en asientos especialmente cómodos destinados a los directivos del club, autoridades e invitados

especiales. Quizá sea ésta la zona desde donde se disfruta de la mejor visión del juego, justo encima de los banquillos.

7. Vestuarios. El recorrido pasa por el vestuario del Real Madrid. Aquí vemos las taquillas destinadas a cada jugador, donde vemos su foto y su nombre. Esta visita incluye la zona de recuperación, duchas de hidromasaje, etc.
8. Túnel de jugadores. Desde el vestuario, como si estuviéramos en la antesala del partido de fútbol, el visitante atraviesa el túnel igual que los jugadores y sale al terreno de juego entre los dos banquillos. Algunos sentirán, en este breve trayecto, la tensión previa al inicio del partido.
9. Bancos y zona técnica. En esta zona eres libre para sentarte en los bancos y apreciar la perspectiva del campo a ras de suelo. También puedes caminar por la zona técnica como si fueras un entrenador.



Final a cubierto

10. Sala de prensa. Tiempo para hacerse unas fotos en la sala destinada a la prensa y otros actos como conferencias o presentaciones. Este espacio tiene capacidad para 212 personas sentadas y puestos de trabajo para los medios de comunicación.
11. Audiovisual. Una proyección de 4 minutos rodada con cámaras de cine y en cámara lenta muestra cómo crece el sentimiento madridista.
12. Tienda. Tras la Sala de Prensa el visitante tiene ocasión de solicitar su Carnet Madridista (que sirve para obtener descuentos, recibir la revista Hala Madrid,



etc.). En la entrada a la tienda quienes lo deseen pueden recoger las fotografías realizadas en el recorrido. En la tienda, donde se puede adquirir material deportivo con

la imagen del Real Madrid o recuerdos de la visita, finaliza el Tour Bernabéu.

El museo en la pandemia

Cuando en marzo del año 2020 se anunció la pandemia del COVID-19, el museo del Real Madrid tuvo que cerrar sus puertas, provocando esto una pérdida económica

para el club de cerca de 9 millones de euros. Pero ya en el mes de junio de 2020 volvió a abrir sus puertas a los turistas y aficionados, garantizando la máxima seguridad de los visitantes tomando todas las medidas higiénico-sanitarias necesarias, ofreciendo al visitante un recorrido reducido en el que se podrán visitar las dos plantas del museo, pero no estaba disponible el acceso a los bancos, vestuarios y palco. Por este motivo, el Real Madrid ha tomado la decisión de que el Santiago Bernabéu tenga un precio reducido.

Actualidad

Actualmente, debido a las remodelaciones que se están llevando a cabo en el estadio, la visita al museo es reducida. Asimismo, el acceso a las instalaciones por parte de personas con movilidad reducida estará anulado, su reanudación será comunicada a través de la página web oficial del club.

Para poder visitar el museo, el club ha creado el Tour Bernabéu, donde según distintas modalidades se puede visitar al mismo accediendo a distintos servicios:

1) Individual:

a) Clásico

- b) Flexible: en este caso se puede ingresar en cualquier momento del día que se haya elegido al tour, dentro de los horarios de apertura disponibles. No incluye feriados ni fines de semana ni los días que hay partido.

Ambas visitas incluyen:

-Visita al Museo.

-Maqueta Estadio Santiago Bernabéu Siglo XXI

-Foto con la copa de la Champions: opcional

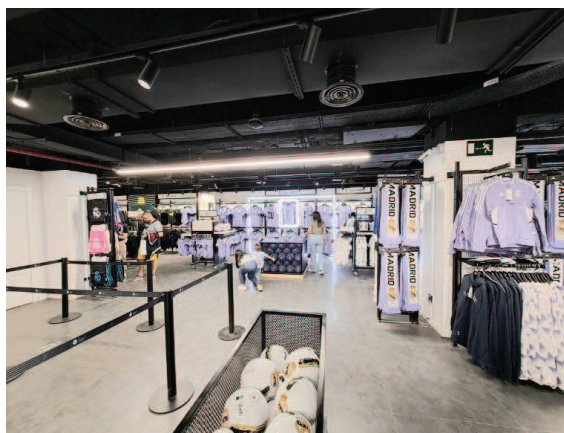
-Panorámica del estadio

-Recorre el perímetro del terreno de juego apreciando el Palco de honor, el vestuario del primer equipo y del

equipo visitante, el túnel de jugadores y la sala de prensa donde se realizan las conferencias de prensa.

-También se puede acceder a la Tienda oficial.

2) Colegio:



- a) Clásico: Incluye: visita al Museo del Real Madrid, vista panorámica del interior del Estadio, recorre el perímetro del terreno de juego apreciando el Palco de honor, el vestuario del primer equipo y del equipo visitante, el túnel de jugadores y la sala de prensa donde se realizan las conferencias de prensa y accede a la tienda oficial donde podrás llevarte un recuerdo de la experiencia.
- b) Visita guiada: Entrada Clasic, servicio de guía, recorre el perímetro del terreno de juego apreciando el Palco de honor, el vestuario del primer equipo y del equipo visitante, el túnel de jugadores y la sala de prensa donde se realizan las conferencias de prensa.

Las visitas de colegios pueden combinarse con visitas a distintos parques temáticos como el Parque de Atracciones, Museo de cera de Madrid, Zoo Aquarium, entre otros.

3) Grupos

- a) Clásico: visita al Museo del Real Madrid, vista panorámica del interior del Estadio, recorre el perímetro del terreno de juego apreciando el Palco de honor, el vestuario del primer equipo y del equipo visitante, el túnel de jugadores y la sala de prensa donde se realizan las conferencias de prensa.
- b) Visita guiada: Entrada Clasic, Servicio de guía, A partir de 20 personas, recorre el perímetro del terreno de juego apreciando el Palco de honor, el vestuario del primer equipo y del equipo visitante, el túnel de jugadores y la sala de prensa donde se realizan las conferencias de prensa.
- c) Exclusive: al ser exclusivo para un grupo de personas (desde 15 personas), incluye visita Classic, pero tras la hora de cierre, servicio de guía, servicio de seguridad

Horarios

Abierto todos los días del año excepto 25 de diciembre y 1 de enero. Lunes a sábado: 09:30-19:00 horas. Domingos y festivos: 10:00 - 18:30 horas.

SPORTING LISBOA E BENFICA

Dicha institución deportiva se encuentra en la ciudad de Lisboa en Portugal. Fue creada el 28 de febrero de 1904 con la denominación Sport Lisboa. Desde el año 2003 disputa sus eventos de local en el Estadio Da Luz, el cual lleva el mismo nombre que el anterior.

Es uno de los tres (3) clubes más importantes del país, junto con el club de Oporto y el Sporting de Lisboa, estas instituciones son las únicas de Portugal que nunca descendieron de categoría.

El Benfica es el club con mayor número de campeonatos locales de Portugal, con ochenta (80) títulos, en cuanto al ámbito internacional obtuvo una Copa Europea latina y un bicampeonato entre 1961 y 1962 tras lograr ganar dos Eurocopas consecutivas.

Al igual que River Plate, la principal disciplina deportiva del Sport Lisboa e Benfica es el fútbol, aunque cuenta con otras formaciones profesionales donde también es considerado uno de los mejores del país, tales como baloncesto, fútbol sala, voleibol, rugby y hockey.

Socios

El Benfica es el club deportivo con mayor número de socios de Portugal, logrando así ingresar en el Libro Guinness de récords mundiales en noviembre de 2006, siendo reconocido como el club con más socios del mundo: 197.877. El número de aficionados del equipo portugués ha ido en ascenso, llegando al año 2022 con 230.000 socios.

Estadios de S.L. Benfica

Como en el caso del Real Madrid, a lo largo de la historia del club, Benfica ha utilizado diferentes escenarios para competir futbolísticamente, hasta llegar al actual Estadio da Luz inaugurado en el 2003, con una capacidad para albergar a 64.642 personas, siendo el estadio con mayor capacidad de Portugal y es considerado de élite.

Para más información sobre historia, escudo, estadio y demás datos complementarios consultar Anexo 2 - Sporting Lisboa e Benfica.

Museo Club Benfica

Nos contactamos con autoridades del Museo de Benfica, para poder recopilar información sobre su historia, funcionamiento y actualidad, a continuación, los detalles que fueron proporcionados por Claudia Zegre Teixeira, coordinadora de mediación:

El proyecto museológico del Sport Lisboa e Benfica (SLB) nació en octubre de 2009, cuando la dirección de la entidad, presidida por Luís Filipe Viera, planeó centrarse en

el patrimonio histórico del Club, implementando medidas de gestión para la conservación, estudio y disfrute de ese patrimonio.

La materialización comenzó con la recuperación de un edificio que había funcionado como agencia de autos, es una



zona no céntrica de Lisboa donde se ubica el complejo Estadio Luz, lugar en que el equipo juega como local.

En 2012 se iniciaron las obras y en poco más de un año finalizó el proyecto, inaugurándose en julio de 2013 bajo el nombre Cosme Damião, uno de los 24 fundadores del Club en febrero de 1904 y figura central durante las primeras décadas de su historia.

Cuenta con un área superior a los 4.000mts² que alberga más de 20.000 documentos, imágenes y reliquias, contenido que hace posible viajar por los grandes temas de la historia del Club y conocer o recordar sus testimonios más importantes: los trofeos, los hechos y los nombres que llevaron al Benfica a convertirse en una referencia del fútbol y del deporte mundial, la visita tiene una duración aproximada de 1h/1:30 hs.

Fue reconocido como el mejor museo portugués de 2014 por la “Associação Portuguesa de Museologia” (APOM), que se encarga de alentar el espíritu de preservación y difusión de museos de patrimonio. El estudio Lopatín Arquitectos y el escenógrafo y diseñador de espectáculos Héctor Berra formaron el equipo argentino que creó el Museo. Claudia Zegre Teixeira nos señala que en todas las áreas el propósito fue lograr un clima teatral y recreativo, interactivo y misterioso para que el visitante pueda sumergirse en la pasión del fútbol, sorprenderse e informarse.

Los arquitectos consensuaron una propuesta arquitectónica- escenográfica que le da mayor protagonismo a los dispositivos de interacción con el público, de esta manera se destacan ciertos elementos y experiencias en el recorrido.

Al inicio de la visita, en la planta baja, un cono invertido revestido con leds representa, con la silueta de una antorcha, la pasión y el triunfo. En ese mismo nivel, una rampa del tiempo la cual está rodeada de grandes paneles de vidrio de más de 100 metros lineales de exposición, en donde se cuentan los sucesos políticos, sociales y culturales del mundo, entrelazados con la historia del Benfica.

Otra importante apuesta es el área denominada viaje al corazón benfiquista, una instalación hecha con caños de metal y televisores de plasma que logran el efecto de “caja sorpresa” buscado por los autores. Entre la estructura, decenas de pantallas reproducen las imágenes de hinchas anónimos y famosos. Refuerza ese concepto un

paseo vertical diseñado mediante la refuncionalización del viejo elevador hidráulico sin cabina de la antigua agencia. Una vez sobre la plataforma, los visitantes van descubriendo las imágenes proyectadas por un enorme video wall.

También en la plata baja se contempla un edificio-torre con fachadas enteramente compuestas por las copas ganadas por el Club en todas sus modalidades además del fútbol, las cuales suman alrededor de 500 piezas. Alcanza los tres niveles de altura y fue diseñado con una iluminación especial que produce un efecto caleidoscópico.

El acceso al sector es a través de un micro cine que proyecta un film con la historia centenaria del Benfica. Las autoridades del Museo Benfica justifican la obra con el axioma de “la forma sigue al contenido”, que en este caso se traduce en espacios especiales y una atmósfera creada por imágenes y acciones teatrales. Detallan que fue utilizado por los proyectistas el concepto de la dramaturgia para atraer visitantes, así se



logró una aplicación de espacio, gráfica, luces y media inédita.

Una de las particularidades del Benfica fue la preocupación de las autoridades por la ubicación de la colección de copas, que estaban guardadas en un laboratorio vedado al público, se le prestó primordial atención a esto en el diseño de los espacios que albergan los trofeos.

Y en cuanto a su aspecto exterior, Claudia Zegre Teixeira nos indica que los autores diseñaron una piel envolvente de aluminio perforado que modifica las proporciones del edificio existente. Aquí la imagen corporativa se hace más explícita a través de una tipografía iconográfica y la figura del águila que forma parte del escudo. En el último nivel, la terraza descubierta fue transformada en un auditorio y un salón de usos múltiples circular, fácilmente identificable por la particular forma de su cúpula, un octágono de losa plana de hormigón.

Los elementos y características descritas anteriormente nos permiten tener un panorama general del Museo, y a continuación detallamos todas las áreas, planta por planta:

Planta Baja

- Área 1: Ayer y hoy

Aquí, se hace un contraste entre los primeros días del Club y el presente. Por un lado, los testimonios de las primeras experiencias. Por otro lado, la

dimensión actual de la institución del Sport Lisboa e Benfica, en sus aspectos deportivo, social y patrimonial.

Benfica de hoy: trofeos de la última temporada, pergaminos que comunican los rasgos más fuertes de su identidad, como el Club con más miembros del mundo, por ejemplo.

Benfica de ayer: documentos únicos que atestiguan las dificultades del comienzo, desfile de recuerdos de pioneros.

- Área 2: Joyas del eclecticismo, trofeos internacionales y héroes deportivos

En este espacio se exponen los símbolos de las 19 conquistas internacionales de las modalidades, junto a algunos de los principales atletas que, a través de sus logros depositados, han enriquecido la



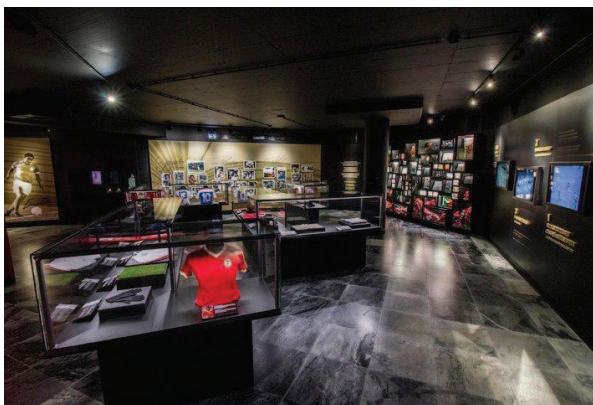
historia del Club y del deporte nacional en distintas modalidades. Rugby, atletismo, hockey patines, baloncesto, etc.

- Área 3: Orgullo ecléctico- títulos oficiales de las modalidades.
En un expositor que recorre las tres plantas del museo, el visitante puede contemplar alrededor de quinientos trofeos, símbolos de los principales logros nacionales de las demás modalidades que practican en el Club, además del fútbol.
- Área 4: Momentos únicos, proezas del eclecticismo
A través de una mesa interactiva, los visitantes pueden descubrir algunos de los grandes momentos del eclecticismo del Benfica. Con videos fechados entre 1912 y 2013, se encuentran disponibles 96 contenidos que representan 24 modalidades.
- Área 5: La Copa– Campeonato de Portugal /Copa de Portugal
- Área 6: Campeones Siempre: El campeonato Nacional
En un espacio dedicado a las victorias del Club en la Copa de Portugal, se exponen los 28 trofeos conquistados en la que se considera la máxima competición del fútbol portugués: 3 Campeonatos de Portugal y 25 Copas de Portugal.
- Área 7: Entrenar para ganar- fútbol base

En esta exhibición, se pueden ver los trofeos ganados por los grupos juveniles (juveniles, principiantes e infantiles) del Club en competiciones nacionales oficiales.

- **Área 8: Otros logros – torneos y otros eventos**
En esta vitrina hay un grupo de nueve objetos, bastante heterogéneos, que representan el vasto conjunto de trofeos que el Club ganó en torneos u otros eventos privados.
- **Área 9: Honrar la ciudad, el campeonato de Lisboa y la Copa de Honor de Lisboa**
Aquí se exponen los trofeos que el Club ganó, a lo largo de su historia, en las principales competiciones regionales oficiales: Campeonato de Lisboa y Copa de Honor.
- **Área 10: Homenaje al “MESTRE” – la Supercopa “Cándido de Oliveira”**
Se exponen los trofeos que simbolizan las victorias del Club en la Supercopa Cándido de Oliveira (disputada entre los clubes ganadores del Campeonato Nacional y de la Copa de Portugal, la Supercopa es una competición que se realiza anualmente en el país).
- **Área 11: Tradición sembradora- La Copa de la Liga**
Aquí se exhiben los trofeos que el Club ganó en la última cita del calendario futbolístico portugués: la Copa de la Liga, establecida en 2007/2008 por la Liga Portuguesa de Fútbol Profesional.
- **Área 12: Honrar al país – logros internacionales.**
En este espacio hay un grupo de objetos, bastante heterogéneo, que forma parte del conjunto de trofeos internacionales que ha ganado el Club, tanto de forma oficial como privada. Destacado para las dos Copas de Europa y la Copa Latina.
- **Área 13: Viaje al corazón Benfiquiste**
Zona dedicada a todos los aficionados del Club. Aquí, mediante una plataforma elevadora y una instalación de videowall, los visitantes pueden disfrutar de una experiencia audiovisual que transmite la emoción de ser hincha del Benfica.
- **Área 14: Lisboa y Benfica**
Espacio creado en colaboración con la Oficina de Estudios Olisiponenses, donde se establece un paralelismo entre los acontecimientos de la historia del Club y la ciudad de Lisboa.
- **Área 15: En el camino del tiempo.**

Área temática que presenta, a través de múltiples soportes, diversos acontecimientos que han marcado la historia del Club, de Lisboa, del país y del mundo.



Primer Piso

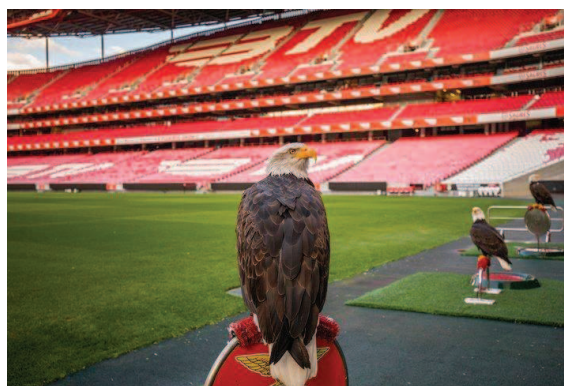
- Área 16: Otros vuelos- asociaciones y cultura

Está dedicada al asociativismo y la relación del Club con el universo cultural, se invita al visitante a recorrer los diferentes compartimentos del expositor para acceder a los contenidos. Del arte a la literatura.

- Área 17: Chao Sagrado- territorio y patrimonio
Espacio donde el visitante puede conocer las distintas instalaciones por las que ha pasado el Club, a lo largo de su historia, y contemplar objetos representativos de estos espacios y acontecimientos relacionados con ellos
- Área 18: “E PLURIBUS UNUM” – Cosme Damiao
Espacio dedicado, por excelencia, a Cosme Damiao, pero también a Manuel Goullade y Félix Bermudes, figuras de gran importancia en los inicios del Club. Jugador, capitán, entrenador y técnico.
- Área 19: mundo Eagles – futbolistas extranjeros
Hasta 1979, sólo jugadores portugueses formaban parte de las plantillas del Benfica. Sin embargo, desde entonces, muchos jugadores extranjeros han servido al Club.
- Área 20: Águilas madres- capitanas, goleadoras internacionales.
Un espacio dedicado a los jugadores que, al servicio del Club, se han destacado como goleadores, capitanes y jugadores internacionales en sus países de origen
- Área 21: Mi once, el equipo de siempre
En esta área, a través de una plataforma interactiva, se invita a los visitantes a crear su equipo ideal, dentro de la gama total de jugadores que ya han servido al Club.
- Área 22: Del águila al pecho: Álbum de jugadores.
Aquí, a través de una enciclopedia digital, el visitante podrá conocer a todos los futbolistas que representaron al club.
- Área 23: Inolvidable, las estrellas del fútbol del Benfica.

A través del mismo mecanismo rotativo, los visitantes pueden conocer a los grandes jugadores del Club.

- Área 24: La “pantera negra” y otras leyendas- Eusébio
Este espacio temático está dedicado a Eusébio, la “pantera negra”, ya otras leyendas del fútbol han marcado la historia del Club. Además de objetos, el visitante puede ver y escuchar a Eusébio y a otras figuras del fútbol, a través de un holograma.
- Área 25: Maestros del balón- Los entrenadores
Hasta la fecha, 48 entrenadores han jugado en el fútbol del Benfica: 23 portugueses y 25 extranjeros. Son estas cifras las que llenan esta área temática
- Área 26: Benfica internacional- Digresiones y popularidad.
Área dedicada a la expansión del nombre del Club en el mundo, representado por el número de socios, por imágenes de las Casas y filiales del Benfica, por los lugares donde pasó el fútbol del Benfica y por objetos de los cinco continentes. Su popularidad también está representada, a través de tres majestuosos trofeos otorgados al Club por votación del público.
- Área 27: Principales honores – distinciones honoríficas
En este espacio se exponen los símbolos de reconocimiento público del Club: 11 distinciones honoríficas otorgadas por su compromiso con la valorización y expansión del deporte, por los servicios prestados en actos de caridad y solidaridad y por su actuación como embajador de Portugal.
- Área 28: Helmers- los presidentes
A lo largo de su centenaria trayectoria, por la Junta directiva del Club, han pasado 33 presidentes. Esta zona está dedicada a ellos.



Segundo Piso

- Área 29: El vuelo del águila – Un siglo en 1000 segundos.
En un anfiteatro dentro de la cúpula que remata el museo, con capacidad para 86 personas, el visitante puede presenciar un recorrido de 1000 segundos por más de cien años de historia.
- Zona de ocio: espacio de lectura.

Este espacio evoca la biblioteca de la antigua Sección Cultural del Benfica. Es un espacio de memoria, donde conviven grandes clásicos con obras deportivas de referencia.

- Área recreativa: espacio infantil.
- Zona recreativa: simulador de penaltis
- Área de ocio: Cantinho das Águias

Creado en colaboración con el Instituto de Conservación de la Naturaleza de las Florestas, recrea el hábitat natural de las águilas y alberga los símbolos vivos del Club.

Patrimonio cultural del Club

El Sport Lisboa e Benfica, desde su fundación en 1904, ha producido y reunido un vasto acervo patrimonial, en su mayoría proveniente de las múltiples competencias disputadas en las diferentes modalidades practicadas en el Club, por ofrecimientos de otros clubes e instituciones y por donaciones de socios, ex atletas y líderes.

Reconociendo que la preservación de su patrimonio cultural representa un acto de protección y definición de la identidad del Club, se creó la Dirección de Patrimonio Cultural, cuya misión es preservar, valorizar y difundir este patrimonio a través de su conservación, investigación, interpretación y comunicación, como, así como otras acciones pedagógicas y culturales.

El Museo Benfica es, por excelencia, la herramienta de comunicación del acervo cultural del Club, pero la realización de la misión y objetivos de la Dirección de Patrimonio Cultural sólo es posible gracias al desempeño de las cinco áreas que la componen: Departamento de Reserva, Conservación y Restauración, Centro de Documentación e Información, Curaduría, Producción y Servicio de Mediación y Educación.

La misión del **Departamento de Reserva, Conservación y Restauración (RCR)** es asegurar la valorización, gestión, conservación y restauración de los objetos que componen el patrimonio cultural del Sport Lisboa e Benfica.

Este departamento se extiende sobre una superficie de unos 800 m² que comprende cuatro salas de reserva, una sala equipada con cámara de desinfección anóxica, un laboratorio y una sala de conservación y restauración. Inaugurado el 2 de noviembre de 2010, fue distinguido en 2011 por la Asociación Portuguesa de Museología con el premio “Mejor Intervención de Conservación y Restauración”. En 2020 ganó el Premio

Keck, un premio establecido por el Instituto Internacional para la Conservación de Obras Históricas y Artísticas (IIC).

El **Centro de Documentación e Información (CDI)** tiene como misión la preservación, gestión y puesta a disposición del fondo documental del Sport Lisboa e Benfica, asegura la actualización diaria de las informaciones relativas al Club, a través de su recopilación, selección y tratamiento, y produce contenido histórico para múltiples propósitos. Es un recurso imprescindible para la conservación, estudio y difusión de la historia y cultura del Club y del deporte en general. Está dividido en dos espacios, la sala de trabajo y el archivo, y cuenta con un equipo formado por documentalistas e investigadores históricos.

La **Curaduría** tiene como objetivo diseñar e implementar exposiciones, la exposición permanente del Museu Benfica – Cosme Damião o la exposición temporal “Portugal Eusébio”, presentada en julio de 2015 en el atrio de la Asamblea de la República, son, entre otros, ejemplos de ello. También participa en otros proyectos de difusión del patrimonio histórico-cultural del Club, entre los que destacan los de carácter editorial.

Mientras que el **Departamento de Producción** tiene como misión proporcionar recursos, promover los medios técnicos y artísticos necesarios para la implementación de la programación del Museo y garantizar una difusión impactante y eficaz de los eventos y actividades.

Promueve contactos institucionales y relaciones externas, involucrando valores del escenario cultural portugués y del emprendimiento nacional, posicionándose progresivamente como agente cultural para toda la comunidad.

Y la misión del **Servicio de Mediación y Educación** se basa en tres premisas: comunicar, educar e integrar. Comunicar, fomentando la relación entre la exposición y el público, permitiendo la transmisión de los contenidos y objetos que componen la exposición permanente. Educar, definiendo como objetivo la acción pedagógica, en un ambiente de educación no formal, promoviendo el diálogo con las instituciones educativas. E Integrar, implementando proyectos de accesibilidad que aseguren a todos los visitantes, por igual, la calidad de la experiencia propuesta por la institución.

El Museo en Pandemia

En marzo de 2020 impacta el Covid-19 en Portugal y comienza el primer confinamiento del país, en tan solo unos días, cambió por completo la realidad como tal y el Museo Benfica debió cerrar sus puertas.

Luego del impacto inicial le siguió la necesidad de adaptarse a las limitaciones creadas por la pandemia, así, comenzaron a desarrollar un plan de acción que les permitiera

seguir atendiendo a sus diferentes públicos, como escuelas, niños y niñas, familias y personas mayores. Las plataformas digitales resultaron ser el medio de comunicación más viable, el sitio web del Museo Benfica y sus páginas de Facebook, Instagram y Twitter se convirtieron en las principales herramientas para la difusión cultural del museo.

La transición digital se plasmó en el proyecto #BenficaMuseumAtHome, se invirtió en la adaptación y publicación en línea de los materiales recreativos y educativos que ya existían. Estos materiales se publicaron en el sitio web y publicitaron en sus redes, permitiendo al público su disfrute en remoto.

Hasta la fecha, tras dos confinamientos el Museo Benfica registró una caída del número de visitantes de en torno al 80 %, como el resto de los museos de Portugal. Así lo afirmó el Observatorio Portugués de Actividades Culturales durante la Conferencia titulada Museums and Social Responsibility – Participation, Networking and Partnerships (Museos y Responsabilidad Social – Participación, Redes y Asociaciones), celebrada los días 23 y 24 de marzo de 2021. Sin embargo, la transición digital supuso un crecimiento de aproximadamente un 15 % de la actividad del museo en las redes sociales: el número de publicaciones aumentó aproximadamente un 50 % y, gracias a un aumento de la accesibilidad digital, el museo pudo llegar a un público mucho más amplio.

Actualidad

El Museo Benfica - Cosme Damião desarrolla una programación diversificada dirigida a diferentes públicos. Acompañado por el equipo de mediadores culturales, es posible descubrir y profundizar temas de la historia del Sport Lisboa e Benfica y del mundo, dar rienda suelta a la creatividad y la imaginación y superar divertidos desafíos.

El Museo del Benfica desarrolla varias experiencias, entre ellas:

Visitas guiadas

Las visitas guiadas son guiadas por mediadores culturales y tienen como objetivo presentar la exposición permanente y/o la exposición temporal. Pueden ser generales o explorar ciertos temas, con el fin de satisfacer los intereses de los participantes.

Visitas al juego

Hay visitas guiadas a la exposición que incluyen diferentes juegos y actividades durante el recorrido. Las actividades propuestas recurren, en la mayoría de los casos, a materiales lúdico-pedagógicos. Es la opción ideal para cualquiera que busque una experiencia desafiante y divertida.

Talleres Creativos

Se basan en momentos interdisciplinarios que, a través de las diferentes artes visuales, desarrollan la creatividad y la expresión artística, a partir de los conocimientos adquiridos en la exposición. La imaginación y el ingenio son las consignas. La visita al Museo se incluye en este formato y sirve de inspiración para el trabajo de los participantes.

Peddy-papeles

Promueven la realización de determinados recorridos en la exposición permanente, a los que se asocian tareas, interrogantes y desafíos. Mediante un cuaderno de apoyo, los participantes realizan la actividad de forma autónoma.

Agencias turísticas

Existen agencias de turismo que realizan visitas al museo como Living Tours, en inglés y portugués, de una duración de 45 minutos aproximadamente. Viator es otra de las empresas que ofrece tour con traslado desde y hacia la ciudad de Lisboa. Tripadvisor es otra de las empresas que ofrece visita de 2 horas incluyendo visita al estadio del Benfica, guía solo para la visita al estadio, visita al Museo Benfica.

Horarios

El Museo del Benfica - Cosme Damião está abierto al público todos los días de 10h a 18h. Los días de partido en el Estádio do Sport Lisboa e Benfica, el horario puede cambiar.

Para la programación de actividades se aplica un aforo máximo de 20 personas. Es obligatoria la reserva previa.

CAPÍTULO IV: Conclusiones

Uno de los objetivos de nuestra investigación fue determinar el papel del Museo de Fútbol dentro la industria turística.

Al desarrollar el concepto pudimos determinar en principio sus características, cómo surge siendo un elemento para poder recordar la historia de los clubes de fútbol, para luego pasar a ser una pieza importante en el desarrollo económico, turístico e histórico de determinados clubes.

En los casos del Real Madrid F.C. y Sporting Lisboa e Benfica se puede destacar el nivel de planificación de cada museo, demostrando la importancia en cada elemento exhibido, la forma en que se exhibe, el desarrollo del recorrido y el diseño del edificio, enfocándose siempre en el público al cual se apunta: el turista y el hincha.

Como señalamos, son museos que hasta el momento recibieron millones de visitantes, por lo que a lo largo de los años establecieron relaciones con agencias de turismo y entes gubernamentales tanto de España como de Portugal, llegando a ser parte de las paradas obligatorias de los turistas que visitan los dos países.

Desde esta base nos enfocamos en nuestro estudio de caso, el Museo River Plate en Argentina, el cual fue reconocido en 2021 como uno de los centros culturales más importantes del país, cuya visita promedio mensual es de 18.000 visitantes, (en julio de 2023 tuvo récord histórico, logrando un promedio de 2500 visitantes por día).

Dichas cifras y reconocimientos son el resultado de su planificación y proyección; al igual que en los casos de España y Portugal, el club River Plate también se enfoca en un diseño que atraiga tanto turistas como fanáticos y las autoridades buscan constantemente nuevas formas de mostrar su historia, incorporando también nuevas tecnologías a su recorrido, como detallamos en el tercer capítulo.

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos por el club, y que la Ciudad Autónoma de Buenos Aires cuenta con variedad de museos de fútbol de distintos clubes, concluimos que potenciar la proyección y la inclusión de estos museos en la planificación turística local no solo fortalecerá la oferta turística, si no que generará un impacto positivo en la comunidad futbolística de Argentina. Además, como se explicó, el fútbol es un elemento de gran valor en la cultura nacional.

Como parte de la conclusión final de este trabajo, queremos ejemplificar la importancia de los museos en el ámbito deportivo y turístico, como el que se quiere llevar a cabo en la localidad de Avellaneda, Provincia de Buenos Aires, declarada en 2020 la Capital Nacional del Fútbol. La finalidad de esta declaración es apuntar a potenciar al fútbol como factor de desarrollo económico, del turismo y de la inclusión social. Considerando que, a través del acceso a un deporte como el fútbol, los jóvenes pueden construir y convivir en el marco del respeto y la diversidad, valorando los saberes y aportes que cada uno puede hacer desde su lugar e historicidad; abordando el trabajo desde la transmisión de valores, la participación, el compañerismo, el respeto, la solidaridad, la responsabilidad y el fomento de las competencias sociales e interculturales de los jóvenes.

La importancia de Avellaneda es que dicha ciudad cuenta con más equipos en primera división que cualquier otro partido bonaerense, barrio de la Ciudad de Buenos Aires individualmente o provincia argentina: Independiente, Racing y Arsenal. Además, es la ciudad más pequeña del mundo en tener dos clubes campeones mundiales: Independiente y Racing, dos de los denominados cinco grandes del fútbol argentino, junto a Boca Juniors, River Plate y San Lorenzo, cuyos estadios se encuentran a tan solo 300 metros de distancia, lo cual es único en el mundo. Es la ciudad con la mayor cantidad de trofeos por habitante, entre estos tres clubes suman 23 títulos de Primera División de Argentina, 21 títulos internacionales y 8 copas nacionales de fútbol profesional. Como si eso fuera poco, en las canchas de Avellaneda han jugado grandes figuras mundialmente reconocidas como Diego Maradona, Pelé, Johan Cruyff, Franz Beckenbauer y Alfredo Di Stéfano, entre otros. Otro dato no menor es que es una de las localidades con más clubes de barrio ya que cuenta con 150 en total. (Ver Anexo 4 - Museo Avellaneda).

En este trabajo, puntualmente en el capítulo III, se hizo hincapié en la oferta turística de algunas agencias de turismo en relación a los eventos deportivos. En la actualidad en nuestro país hay un gran número de empresas, las cuales, además de sus productos tradicionales, promueven diversos eventos deportivos, tales como algún superclásico, copa del mundo, mundial de rugby, entre otros. Estos paquetes engloban en muchos casos alojamiento y la entrada a los partidos, como los ejemplos que se detallaron en el capítulo III, pero en la mayoría de los casos no está incluido en el valor total que se promociona el ticket aéreo.

Teniendo en cuenta las propuestas nombradas recientemente se puede ver que en ninguna se le da gran relevancia a la oferta museológica de los clubes de la Ciudad de Buenos Aires, es cierto que solo una agencia propone la alternativa con visita a dos museos, y está claro que la elección de dichos clubes es por la gran cantidad de aficionado con los que cuenta cada uno, como también por el reconocimiento a nivel mundial de tales instituciones.

A lo largo de nuestro trabajo se fue brindando mucha atención a diversos museos de fútbol, claro está que de Argentina solamente tomamos como caso el museo de River Plate, mientras que de Europa detallamos dos, uno alusivo al Club Real Madrid el cual se localiza en la capital de España y la otra institución mencionada es el Sport Lisboa e Benfica en Portugal, la elección de estos últimos fue por el gran número de hinchas de cada una, por la importancia que ambos equipos tienen y por el número de jugadores que estos últimos compartieron con River, a su vez el museo del equipo portugués fue diseñado por la misma empresa que diseñó el del club de Núñez.

Y debido a la magnitud que tienen los museos deportivos a lo largo del trabajo, en esta última parte tenemos como objetivo plasmar una alternativa para fomentar el sector turístico en los museos de fútbol. Es por este motivo que diseñamos un circuito para que tanto visitantes como aficionados a este deporte puedan conocer los diversos museos de las entidades más importantes de la Ciudad de Buenos Aires. (ver anexo 5- Circuito Turístico Deportivo)

Mediante este circuito creemos que la oferta turística museológica de fútbol puede crecer aún más, teniendo en cuenta que como vimos anteriormente las empresas receptoras no comercializan un tipo de atractivo como el diseñado anteriormente, y esto posiblemente sucede ya que las dos instituciones que se encuentran dentro de los 3 circuitos mencionados que son las “más importantes” del país.

Así, proponemos que el turista aprenda de la historia de los equipos que componen la historia del fútbol de Argentina y sobre la importancia del fútbol en Argentina.

ANEXOS

Anexo 1 Real Madrid Club de Fútbol

El Real Madrid Club de Fútbol, más conocido como Real Madrid, es una entidad polideportiva con sede en Madrid, capital de España. Es uno de los clubes más ganadores de la historia del fútbol.

Además de la importancia que tiene el fútbol, se destaca en otras disciplinas como fútbol femenino, básquet. A lo largo de la historia ha desarrollado otras disciplinas deportivas, como atletismo, remo, boxeo, pero debido a las exigencias económicas que conlleva el crecimiento que ha tenido el fútbol en dicha institución, se dejó de lado el desarrollo de estos deportes, aunque durante su existencia le han permitido al club ganar diversos trofeos y campeonatos.

Fue creada el 6 de marzo de 1902, cuando se dio lugar a la primera junta directiva fundacional del Madrid Football Club, donde bajo la presidencia de Juan Padrós se aprobaron los estatutos del club, que tuvo que jugar en diferentes campos de la ciudad hasta que pudo establecerse en el Estadio O'Donnell en 1912.

Con el crecimiento del deporte en España, el Real Madrid fue uno de los pioneros y colaboró con la creación de competiciones como la Copa de España.

Le fue otorgado el nombre Real por el rey Alfonso XIII en 1920 y en 1924 se inauguró el Estadio Chamartín. El progreso del club fue creciendo, en los años 30 el Madrid tuvo su primera época de esplendor, con dos títulos de Liga y dos de Copa, pero la Guerra Civil se llevó por delante el fútbol y el progreso.

Ya en el año 1943, comenzó una de las presidencias más exitosas del club madridista, la del exjugador Santiago Bernabéu, donde entre otras cosas, tuvo la idea de crear una competición entre los mejores de Europa, llamada la Copa de Europa, donde el Madrid ganó las 5 primeras ediciones. También incorporó varias figuras que hicieron historia en el club como Di Stéfano, Gento, Puskas. En su presidencia el club ganó 30 títulos. Por todo ello el actual estadio lleva su nombre, habiéndole dado un gran impulso, de su visión y su dirección nació el Real Madrid actual, moderno, marca reconocida en todo el mundo.

Otro de los momentos más destacados de la historia del Real Madrid, es la llegada de Alfredo Di Stéfano, futbolista que fue la pieza central de una máquina imparable que marcó una época, ganadora de cinco Copas de Europa consecutivas. Di Stéfano fue el mejor jugador de su época, desarrollando un estilo de juego total en el que destacó en

la faceta goleadora. Cuando dejó el club había anotado 307 goles, una marca que duró décadas, hasta que Raúl logró superar los registros de Di Stefano.

Como se indica en el párrafo anterior, las primeras cinco copas de Europa fueron ganadas por el equipo merengue, en los años 1956 y 1960. Luego en 1966 se vuelve a conquistar dicho trofeo. Recién en 1998 gana la séptima y la octava Champions League llega en el año 2000.

Ya con Florentino Pérez como presidente y con Figo y Zidane sobre el césped, en un anticipo de la Operación Galácticos que se completaría después, el Madrid levantó la Novena al cielo en 2002.

Florentino como primer mandatario del club fue el responsable del cambio de modelo económico y de estrategia de mercado, donde fichó entre otros a Zinedine Zidane, Ronaldo, David Beckham. A dicho equipo se lo conoció como el Madrid de los Galácticos, en pleno desarrollo del marketing deportivo que trajo frutos económicos al club.

Luego de 12 años sin poder ganar dicho trofeo, en el año 2014 se pudo coronar con la décima Copa de Europa, año que significó un punto de inflexión para el conjunto madridista, ya que luego pudo ganar tres Champions League consecutivas en los años 2016, 2017 y 2018.

Fundación Real Madrid

Creada el 10 de septiembre de 1997 por el propio club, es una organización sin fines de lucro que se dedica a las labores humanitarias, sociales y formativas del club. Destina sus proyectos y tiempo a la contribución internacional en favor del desarrollo a través de los distintos países del mundo. Cuenta con un proyecto que combina los valores y el deporte, dos aspectos esenciales en el correcto desarrollo de las personas.

Los valores que más se tratan de inculcar son el respeto, la motivación, la autonomía, la superación, el compañerismo, la igualdad y la creación de hábitos saludables. Todos ellos caracterizan la labor del Real Madrid en todas las zonas en las que se trabaja.

Desde 2015 tiene una alianza con la Escuela deportiva Claudio Marangoni¹ de Argentina donde desarrollan el Programa Socio-Deportivo en Argentina con escuelas deportivas de iniciación en básquet y fútbol destinadas a alumnos y alumnas de escuelas públicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires con la finalidad de promover la formación integral de niños y jóvenes y la transmisión de valores positivos

¹ Es un exfutbolista argentino que se desempeñaba en la posición de mediocampista. Ha jugado entre otros clubes en San Lorenzo, Independiente y Boca Juniors.

para mejorar su calidad de vida e interacción social, utilizando al deporte como medio para favorecer a comunidades en situación de vulnerabilidad.

Escudo

El actual escudo está compuesto por la 'M', la 'C' y la 'F'. Estas siglas corresponden a Madrid Football Club, que fue el nombre de la entidad en sus inicios.

Entre los colores representativos del club tenemos el blanco como destacado, también el morado y el dorado que está presente en su escudo.



Estadios

A lo largo de la historia del Real Madrid, ha utilizado diferentes escenarios para disputar partidos y campeonatos. Cronológicamente este es el camino hasta llegar al actual Estadio Santiago Bernabéu:

- Campos de la Moncloa (1900)
- El Sola de Estrada (1901)
- Campo de Retiro (1901-1903)
- Explanada junto a la plaza de toros de Goya (1903-1912)
- Hipódromo de Madrid (1902-1912)
- Estadio O'Donnell (1912-1923)
- Velódromo de Ciudad Lineal (1923-1924)
- Estadio de Chamartín (1924-1947)
- Stadium Metropolitano (1946-1947)
- Estadio Santiago Bernabéu (1947-actualidad)

Estadio Santiago Bernabéu

Fue inaugurado en 1947, ubicado en la ciudad capital Madrid. Tiene un aforo de 81.044 espectadores. Está catalogado por la UEFA en 2007 como un estadio de élite debido a las grandes remodelaciones que se realizaron, permitiéndole así seguir



organizando finales de las grandes competiciones.

El Estadio Santiago Bernabéu se sitúa en pleno Paseo de la Castellana, ubicado en el barrio de Hispanoamérica del distrito de Chamartín de Madrid. Ocupa la manzana delimitada por el Paseo de la Castellana (oeste), la avenida de Concha Espina (sur) y las calles Padre Damián (este) y Rafael Salgado (norte). Está en una zona privilegiada a 20 minutos del aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas, de la estación de tren Atocha y de la Puerta del Sol.

El Estadio es el lugar más fotografiado de Madrid, según un estudio reciente de la Facultad de Geografía de la Universidad Complutense, que lo sitúa como el lugar más popular de la capital española.

Además de ser la sede del Real Madrid, el Estadio Bernabéu es utilizado para partidos de la selección mayor de fútbol de España, entre ellos la Copa del Mundo de España de 1982. También para Copas Internacionales de Clubes como La Copa de Europa o Champions League, la Copa Europa League o Liga de Europa.

Fue sede en tres ocasiones de la Copa Intercontinental o Mundial de Clubes.

Otro hito importante es que fue sede de la Final de la Copa Libertadores de América² en el 2018, entre River Plate y Boca Juniors.

Aquí algunos detalles:

Partidos internacionales

Selección española: se disputaron 44 partidos, 4 de los cuales corresponden a la Eurocopa 1964 y al Mundial 1982.

Eurocopa 1964

Mundial 1982

Finales Internacionales de Clubes

Copa de Europa o Champions League: se han disputado en 4 oportunidades en el Estadio Santiago Bernabéu.

Copa de la UEFA: en dos oportunidades en 1985 jugó la final con el Fehérvár Football Club, con derrota y en 1986 fue local contra el Football Club Colonia de Alemania donde ganó.

Copa Intercontinental: fue sede en 3 oportunidades de la Copa Intercontinental de Clubes Campeones, predecesora del Mundial de Clubes. En 1960 fue Real Madrid y Peñarol (Uruguay), donde ganó el equipo merengue. En 1964 Internazionale (Italia)-Independiente (Argentina) ganó el equipo italiano. Y en el año 1966 nuevamente el Real Madrid se enfrenta a Peñarol donde ganó el equipo uruguayo.

² Es un torneo anual internacional oficial de fútbol organizado por la Confederación Sudamericana de Fútbol (CONMEBOL), donde compiten los equipos más importantes de Sudamérica.

Copa Latina³ Fue sede 2 veces, en 1949 entre el Barcelona (España)- Sporting de Lisboa (Portugal), ganó el equipo catalán. Luego en 1957 se enfrentó el Real Madrid-Benfica donde ganó el equipo local.

Copa Libertadores de América- FINAL: La CONMEBOL eligió sede neutral de la final de la Copa Libertadores de América 2018 entre River Plate y Boca Juniors, al estadio Santiago Bernabéu, luego de una serie de incidentes que sucedieron en el Estadio Monumental Antonio Vespucio Liberti, sede inicial de la competencia. Fue la primera vez que un país fuera de América albergó una final de la Copa Libertadores.

Escuela universitaria Real Madrid

Fue creada en el año 2006 con el objetivo de formar a los futuros profesionales líderes que quieran desempeñar su actividad laboral vinculada a la industria del deporte, a través de la alianza de la Universidad Europea y el Real Madrid. Tiene como misión ayudar a fomentar la profesionalización y modernización del sector deportivo desde la formación universitaria.

La Escuela Universitaria Real Madrid-UE es una escuela Posgrado centrándose en las áreas de gestión, deporte y salud que el Real Madrid viene desarrollando para su gestión interna: Finanzas, Compras, Recursos Humanos, Marketing, Infraestructuras, Servicios Jurídicos, Comunicación y Servicios Médicos.

Hasta el día de hoy han estudiado en la Escuela más de 13.000 alumnos.

Actualidad: Remodelaciones del Estadio Bernabéu

Con respecto al Estadio Bernabéu, en el año 2019 se comenzaron obras de restauración y modernización de este. Estas obras incluyen la instalación de una nueva cubierta fija que proteja todas las localidades de la lluvia a la que se añadirá una cubierta retráctil para el terreno de juego que se podrá desplegar en 15



³ Fue una copa que se disputaba entre las confederaciones de fútbol de Italia, Francia, Portugal y España, enfrentando a los campeones de dichas confederaciones.

minutos que posibilitará el confort de todos los socios y aficionados además de conferir al estadio la posibilidad de albergar eventos durante los 365 días del año.

Otra de las remodelaciones consiste en la implementación de un sistema de césped retráctil, lo que permitiría guardarlo y que el estadio pueda ser utilizado para una gran variedad de eventos sin que se dañe el campo de juego.

Se aspira a que sea sede de partidos de Tenis y Básquet con estructuras firmes desmontables que permita dividir al estadio en dos. Además, fue pensado como escenario de partidos de fútbol americano de la NFL.

Se construirá una nueva grada en el lateral este con una capacidad de más de 3.000 espectadores. Se reestructurará y ampliará el área VIP para generar nuevos productos y servicios de calidad.

Uno de los principales objetivos del club es mejorar de manera sustancial la accesibilidad de todo el estadio con nuevos accesos más cómodos, eliminándose barreras arquitectónicas, incorporando nuevas comunicaciones mecanizadas, y aumentando plazas para personas con discapacidad.

Junto con la nueva fachada y la cubierta retráctil, el elemento más sobresaliente del nuevo Estadio Santiago Bernabéu será la instalación de un videomarcador de 360 grados. Una pantalla que estará alrededor del estadio.

Otra de las grandes novedades que se han conocido es que el Real Madrid se convertirá en el primero de los equipos importantes en incorporar un casino a su estadio.

Otra de las novedades es la construcción de un parking de cinco plantas y 90 metros de altura que se encuentra en la fase II de su edificación. El 'parking' enlazará con el túnel logístico, que rodea todo el interior del estadio, y asegura el suministro de las mercancías, materiales y los servicios que requiera el estadio en cualquiera de los acontecimientos.

La remodelación integral del estadio Santiago Bernabéu incluye la mejora del entorno en el que se ubica desde su inauguración en 1947. Se acondicionará la urbanización para incrementar y mejorar los espacios públicos del ámbito, mejorando las áreas ajardinadas y peatonales, así como el viario público perimetral, para convertirlo en un espacio singular de la Ciudad.

Escuela universitaria Real Madrid

Fue creada en el año 2006 con el objetivo de formar a los futuros profesionales líderes que quieran desempeñar su actividad laboral vinculada a la industria del deporte, a través de la alianza de la Universidad Europea y el Real Madrid. Tiene como misión

ayudar a fomentar la profesionalización y modernización del sector deportivo desde la formación universitaria.

La Escuela Universitaria Real Madrid-UE es una escuela Posgrado centrándose en las áreas de gestión, deporte y salud que el Real Madrid viene desarrollando para su gestión interna: Finanzas, Compras, Recursos Humanos, Marketing, Infraestructuras, Servicios Jurídicos, Comunicación y Servicios Médicos.

Hasta el día de hoy han estudiado en la Escuela más de 13.000 alumnos.

Anexo 2 Sporting Lisboa e Benfica

Historia

El Sport Lisboa e Benfica, conocido más comúnmente como Benfica, es un club polideportivo de la ciudad de Lisboa, Portugal, que compete en la Primeira Liga, la máxima categoría del fútbol portugués. Fue fundado como club de fútbol con la denominación Grupo Sport Lisboa el 28 de febrero de 1904 por ex alumnos de la Real Casa Pía de Lisboa.

Es uno de los Tres Grandes del país luso, junto al Porto y el Sporting de Lisboa. Con este último es con quien disputa el Derby de la capital. Junto a los dos anteriores, fue uno de los fundadores de la Primera División de Portugal en 1933 y son los tres únicos equipos que nunca han descendido a la categoría inferior.

El Benfica es el club más laureado en competiciones nacionales de Portugal, al ganar 80 títulos. A nivel internacional ha sido subcampeón en reiteradas ocasiones de la Copa de Europa y en la Copa UEFA Europa League.

Fundación Benfica

Fue creada el 27 de enero de 2009 y tiene como objetivo la concesión, planificación y ejecución de diversos proyectos integrados con el fin de contribuir en la calidad de vida del ser humano, en particular de los niños y jóvenes en situación de riesgo, promoviendo el deporte inclusivo. Desde sus inicios, se han ayudado a 300.000 niños de Angola, Cabo Verde, Haití, Nepal, Portugal, Suiza y Ucrania, entre otros.

Socios

El Benfica es el club deportivo con mayor número de socios de Portugal, desde mayo del 2004 en número de aficionados del equipo portugués ha ido en ascenso en ese año contaban con 94.714 asociados. El 9 de noviembre de 2006 fue parte del libro Guinness de récords mundiales habida cuenta de que se lo reconoció como la institución con mayor número de socios del mundo, en ese periodo contaba con 190.877 afiliados, le quitó ese reconocimiento al Manchester United que tenía en ese tiempo 152.000 aficionados. Actualmente cuenta con 230.000 socios según el relevamiento realizado en 2022.

Escudo

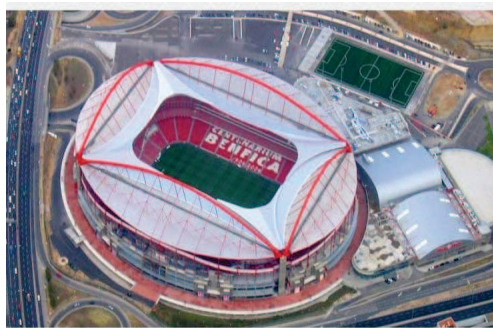
El actual escudo de la institución portuguesa es una superposición de dos (2) emblemas. En la parte superior un águila que es el ave característica del club, alusivo a la independencia, autoridad, fuerza, victoria y orgullo, dicho ave se posa sobre una rueda de bicicleta la cual representa el ciclismo una de las primeras disciplinas del club, en la parte superior hay un listón con la frase “e pluribus unum” que significa todos por un, dicha expresión hace referencia a la unión del espíritu de familia.



Por encima de la rueda, se encuentra el escudo dividido a la mitad con los colores del club, la parte izquierda roja mientras que la de la derecha blanco, en el centro de ambos colores una pelota de fútbol con una cinta con las iniciales de la institución S.L.B.

Estadios de S.L. Benfica

- Campo Terras do Desembargador
- Campo da Feiteira
- Campo de Sete Ríos
- Campo do Benfica
- Campo das Amoreiras
- Campo Grande
- Estádio da Luz



En los primeros años de vida, el Benfica no contaba con un terreno de juego propio, es por eso por lo que sus inicios los dio en terrenos públicos, uno de esos fue el “Campo Terras do Desembargador” en el territorio de Santa María De Belem⁴, pero las malas condiciones del suelo y la falta de infraestructura fueron las causantes para que el Benfica abandonara el sitio. Tiempo más tarde arribó al “Campo da Feteira”, el mismo era compartido con otros clubes, pasó por varios terrenos de juego hasta que encontró uno en cual estuvo durante cuatro (4) temporadas, pero lo debió abandonar por un incremento en el alquiler, ese fue el “Campo de Sete Ríos”. Luego jugó en el “Campo de Benfica”, dicho sitio coincidió con un periodo de crecimiento a nivel social, aunque no en términos deportivos, ya que tuvo una de las peores actuaciones de su historia.

En 1925 el S.L. Benfica tuvo su lugar propio en el “Estadio das Amoreiras” en dicho lugar disputó sus partidos durante quince (15) temporadas, hasta que en 1940 debió ser demolido para la construcción de una vía de acceso al viaducto Duarte Pacheco. Luego de ese suceso hizo de local en “campo grande” por trece (13) temporadas. La inauguración tuvo lugar en un partido amistoso ante el Sporting, evento en el que el vencedor fue el visitante 3-2, la ausencia de infraestructura para los socios y de espacio contiguo para el crecimiento deportivo del club hizo que los dirigentes tomen la decisión de dejar el predio, y salir en búsqueda de un nuevo lugar.

Estadio da Luz, el equipo portugués tuvo dos terrenos de juego con este nombre, el primero se inauguró en 1954, pero debió ser demolido en el año 2003, para dar lugar a la construcción del nuevo campo con la misma denominación, dicho hecho se dio habida cuenta de que en el 2004 se organizó en Portugal la EUROCOPA⁵ y se requería de un nuevo estadio para dicho evento. Es así que fue inaugurado el 25 de octubre de 2003, cuenta con una capacidad para albergar a 64.642 simpatizantes, es el estadio con mayor capacidad de Portugal y es considerado de élite.

⁴ Se encuentra al oeste de Lisboa, es conocido por ser un barrio donde se encuentran numerosos museos y monumentos.

⁵ Es el torneo de selecciones europeas más importante de ese continente, lo organiza la UEFA cada cuatro (4) años.

Anexo 3 River Plate

Actualidad: River Camp

En dicho sitio se encuentra un gimnasio, comedor, sector de masajes ubicado en el vestuario con doble jacuzzi, un departamento de kinesiología, de neurociencia, psicología, nutrición. También hay vestuarios que son utilizados por las categorías inferiores de la institución. Este predio ubicado en Ezeiza cuenta con 7 canchas de las cuales 3 tienen las mismas dimensiones que la de Núñez, a su vez cuentan con torres de iluminación con tecnología LED similar al estadio Vespucio Libertti. Es por eso por lo que River durante el año 2020 tuvo la idea de disputar sus encuentros de la liga profesional en dicho sitio, habida cuenta de que su estadio de Núñez se encontraba en remodelación, y de esa forma se hubiera evitado pagar a otro club el alquiler de una cancha. Cabe destacar que dicha alternativa fue negada por la Asociación del Fútbol Argentino (AFA) argumentando que no cumple ciertos ítems de la reglamentación, tales como, que el campo de entrenamiento del C.A. River Plate no cumple con el requisito previsto por el artículo 84 del Reglamento General de AFA en cuanto a la capacidad, dicho argumento se puede visualizar en la página oficial del club (31-10-2020), en donde las máximas autoridades del club respondieron a la negación de utilizar el River Camp para los encuentros oficiales. El requisito que surge del artículo prevé garantizar un mínimo de espectadores para el desarrollo del evento deportivo en circunstancias de normalidad, pero en 2020/2021 estaba prohibida la presencia del público a los estadios por la pandemia de Coronavirus 19.

Fundación River

La fundación busca acompañar el desarrollo de los chicos que viven en la pensión del club, como a quienes viven en el interior y exterior del país, para poder formarse como deportistas. A su vez buscan promover el aprovechamiento del tiempo libre, el disfrute de actividades recreativas, también desde la fundación quieren que los niños y jóvenes se acerquen a la cultura con el fin de despertar nuevos intereses y lograr una identidad cultural. Se trata de Desarrollar el sentido de solidaridad, colaboración y trabajo en equipo.

Filiales

Desde la comisión de filiales de River se quiere lograr cada día un River más federal, el objetivo es brindarle la actualidad de la institución a los socios e hinchas más alejados, mediante reuniones con invitados en las diversas filiales y manteniendo

charlas contando la actualidad de River Plate. En la actualidad el club de Núñez cuenta con 28 filiales alrededor del mundo, la más antigua se encuentra en 9 de julio, nació un 27 de agosto de 1969, un grupo de hinchas del club de aquella ciudad se reunieron con el fin de establecer y difundir un sitio donde los simpatizantes del River, de 9 de julio puedan compartir la pasión.

Desde 2019 River tiene una filial a 11.800km de Núñez, en la ciudad de Sídney, la única filial en Oceanía de un equipo argentino. La idea fue de 2 hermanos que se encuentran viviendo en Australia, “Al principio era más un deseo que una iniciativa, arrancamos a buscar argentinos allá por grupos de WhatsApp y de a poco fuimos juntando gente. La primera vez que hicimos una juntada éramos sólo cinco personas, ja” expreso uno de los hermanos fundadores de la agrupación en el diario deportivo Óle en la edición del día 12/09/2019 . En la actualidad son más de 100 personas. Esa filial es la 11° que tiene la institución en el exterior, el resto se encuentran en Madrid, Málaga, Barcelona, Toronto, Guadalajara, Asunción, Miami, Los Ángeles, Nueva York y Washington.



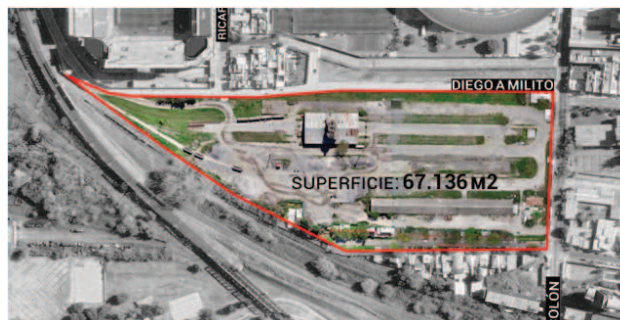
Instituto River

En el Club Atlético River Plate además de realizarse diversas actividades deportivas funciona un instituto, en donde hay jardín, primaria, secundaria y un terciario. Este último fue creado en septiembre de 2010 y se dictan diversas carreras como, periodismo deportivo, educación física, Licenciatura en administración del deporte y licenciatura en marketing deportivo.

Anexo 4 Museo Avellaneda

Como se ha indicado en las conclusiones de este trabajo, está en proyecto la realización de un museo de fútbol en la localidad de Avellaneda.

La importancia a nivel deportivo de dicha ciudad es que cuenta con más equipos en primera división que cualquier otro partido bonaerense, barrio de la Ciudad de Buenos Aires individualmente o provincia argentina: Independiente, Racing y Arsenal. Además, es la ciudad más pequeña del mundo en tener dos clubes campeones mundiales: Independiente y Racing, dos de los denominados cinco grandes del fútbol argentino, junto a Boca Juniors, River Plate y San Lorenzo, cuyos estadios se encuentran a tan solo 300 metros de distancia, lo cual es único en el mundo. Es la ciudad con la mayor cantidad de trofeos por habitante, entre estos tres clubes suman 23 títulos de Primera División de Argentina, 21 títulos internacionales y 8 copas nacionales de fútbol profesional. Como si eso fuera poco, en las canchas de Avellaneda han jugado grandes figuras mundialmente reconocidas como Diego Maradona, Pelé, Johan Cruyff, Franz Beckenbauer y Alfredo Di Stéfano, entre otros. Otro dato no menor es que es uno de las localidades con más clubes de barrio ya que cuenta con 150 en total.



En cuanto a la planificación del museo, se trata de la construcción de un parque y museo, el cual será emplazado en el espacio que se encuentra entre el estadio Libertadores de América de Independiente y el Estadio Juan Domingo Perón de Racing Club. Se utilizará un área total de 67.136 metros

cuadrados. Actualmente se encuentra en la etapa de preconstrucción y estará a cargo del estudio de arquitectos Abramzon.

Para su construcción se utilizarán dos galpones ferroviarios existentes en el área de intervención para alojar parte de la exposición y generar un tercer elemento, el museo, como pieza de conexión entre ambos. En el edificio sur, el pabellón más alargado, los proyectistas ubican el mercado, en tanto el otro edificio existente se convierte en el contenedor del auditorio. El museo, en el medio, se presenta como un articulador. Se busca entender la preexistencia como una oportunidad, y no como un impedimento, de esta manera se pondrá en valor dichos galpones, modernizándolos manteniendo la identidad del lugar dando espacio a las nuevas funciones, modernizando la plaza y, sobre todo, permitiendo que las necesidades proyectuales futuras se sigan acoplando al proyecto al evitar que el museo sea un hito único e inalterable en el tiempo.



Con esa disposición, el planteo logra dos objetivos urbanísticos. Por un lado, se potencian los recorridos que atraviesan el área, lo cual genera mayor integración con el barrio lindero y la zona residencial existente, logrando así reivindicar una mejor calidad de vida de miles de habitantes que

carecen en general de estos espacios de esparcimiento. También genera un punto estratégico de encuentro pertinente a la escala del parque. Este último materializado con un techo-pérgola que vincula el auditorio y el museo. De esta manera se quiere mantener la identidad del lugar dando espacio para las nuevas funciones, modernizando la plaza y, sobre todo, permitiendo que las necesidades proyectuales futuras se sigan acoplando al proyecto al evitar que el museo sea un hito único e inalterable en el tiempo. El museo toma la volumetría de sus linderos



pero se deconstruye interiormente para ser la pieza única y necesariamente distinta del conjunto. Las áreas para exposiciones se plantean como un espacio abierto y proponen distintas situaciones de vistas en los distintos niveles, promoviendo que los visitantes experimenten el sitio en todo el recorrido.

La finalidad del Museo del Fútbol es que será el generador y autor de gran parte de su acervo, abordando la creación de sus contenidos, haciendo participe en la creación de los mismos a sus propios visitantes, incorporándolos mediáticamente en la visita, entrelazando actividades lúdicas, charlas, exposiciones, actividades virtuales de inmersión, entre otras ligadas seguramente al parque en el cual estará inmerso. Así mismo, el auditorio será un espacio flexible que servirá también como salón de eventos con su respectivo servicio.

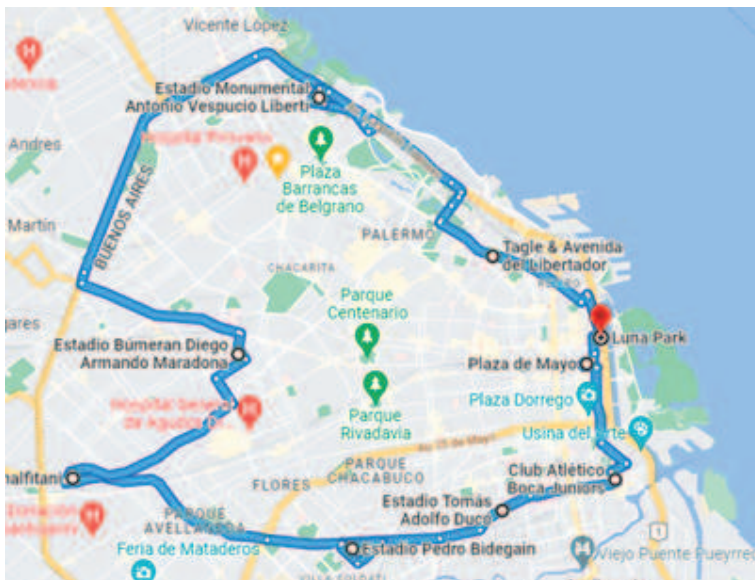
También se busca poner en valor el área verde del predio seleccionado, creando un parque público urbano, donde más allá de proponer nuevos espacios verdes y donde se valorará la incorporación de una variada y abundante forestación, construirá en éste predio entidad simbólica.

Es en esta operación de escala urbana, parque público y museo de fútbol donde sin lugar a dudas, al convertirse en un nuevo ícono, será un aporte significativo en la construcción del paisaje cultural de la ciudad de Avellaneda.

Anexo 5 Circuito turístico deportivo

El paseo se realizará a bordo de un bus turístico dedicado a este deporte, el cual se encontrará diseñado con los escudos de los clubes que se van a visitar, en su interior se podrá apreciar imágenes de los estadios de cada equipo. El punto de encuentro será en el estadio Luna Park, con la opción de que a los turistas que deseen se los podrá buscar en alojamientos cercanos a la zona. En un principio los días definidos serán martes y jueves (aunque dependería de si hay o no algún partido en los estadios que se encuentran dentro del recorrido). El horario de inicio del full day sería a las 08:00 a.m. Se pasará por los estadios de River, Boca, Argentinos Juniors, Vélez Sarsfield, Huracán y San Lorenzo. Los primeros tres (3) con sus respectivos museos, en cada uno de ellos con un guía local.





En cuanto a nuestro circuito incluye almuerzo en un reconocido restaurante del barrio de La Boca y finalizará con una merienda en el mítico bar del museo de River Plate, que será la última parada. El tour va a estar organizado por un guía bilingüe, y a su vez se podrá reproducir con un auricular lo que se va explicando en diversos idiomas. A lo largo del recorrido en el bus se brindará información de los barrios en donde se encuentra cada atractivo, se hablará de la historia de cada club, de los jugadores que vistieron las camisetas de ellos, y se realizarán diversos juegos. El punto de partida y de llegada será el Luna Park, luego se dará una vuelta por Plaza de Mayo, continuando por Avenida Paseo Colón, se pasará por Parque Lezama, donde se tomará la avenida almirante Brown, ahí nos encontraremos con Casa Amarilla, se tomará Wenceslao Villafañe, de esta forma se acercaran al estadio de Boca Juniors, el bus estacionara en la esquina de la cancha, donde descenderán los turistas para ingresar al “museo Boquense” y al estadio, en dicho sitio se estará alrededor de una hora treinta minutos, una vez que finalice el tour por la primera parada se irá a disfrutar del almuerzo en un restaurante del típico barrio porteño.

Aproximadamente a las 13.30hs se retomara el circuito en el bus, la segunda parada será el estadio del Club Atlético Huracán el cual se encuentra entre la avenida Amancio Alcorta y Luna, luego se continuará durante 5 kilómetros, hasta llegar al próximo atractivo, el cual es el clásico del anterior, el Club Atlético San Lorenzo de Almagro, cabe aclarar que en ambos lugares no se bajará, sino que se explicara acerca de la historia de esas instituciones y se proyectará un video desde el ómnibus, el recorrido continúa hasta llegar al estadio José Amalfitani, donde juega de local el Club Vélez Sarsfield en la localidad de Liniers, en este sitio se descenderá para

conocer la cancha en donde se realizaron diversos eventos de gran magnitud. El horario estimado para completar el tour por dicha institución será 14:30 hs, momento en que se regresara al bus y se continuará el recorrido hacia el barrio porteño de La Paternal, para conocer el museo y la cancha de Argentinos Juniors, club donde debutó con quince (15) años Diego Armando Maradona, y por quien el estadio lleva su nombre, en cuanto al museo en cuestión fue inaugurado en noviembre de 2009, la denominación de este es “El Templo del Fútbol”. Una vez que se completa la visita a dicha institución, se retornará al bus, para visitar el último atractivo, el estadio Vespucio Libertti, el horario de llegada será 16:00 hs, una vez en el sitio se recorrerá el museo de River Plate con visita a la cancha del club. Dicho recorrido tendrá una duración de una hora treinta minutos y concluirá con una merienda en el bar museo.

BIBLIOGRAFÍA

Libros y publicaciones:

Álvarez, I. (22 de octubre de 2013). Viaje al alma del hincha. *Diario Clarín*, Suplemento. CONSULTADO 15/08//23

Añó Sanz, V. (2011). *La Organización de Eventos y Competiciones Deportivas*. Valencia: Universidad de Valencia. CONSULTADO 22/08//23

Burkart, A. J., & Medlik, S. (1981). *Tourism: past, present and future*. (Ed. 2). *Tourism: past, present and future*. (p.5). CONSULTADO 15/07//23

Carta Olímpica vigente a partir del 17 de julio de 2020. Editado por el Comité Olímpico Internacional. [Comité Olímpico Internacional. *Carta Olímpica vigente a partir del 17 de julio de 2020*.] CONSULTADO 15/07//23

González-García, Rómulo & González Serrano, María & Parra-Camacho, David. (2018). EL FÚTBOL COMO POTENCIADOR DE TURISMO DEPORTIVO. *Kairós, Revista de Ciencias Económicas, Jurídicas y Administrativas*. 1. 8-16. CONSULTADO 12/07//23

Getz, D. (1989). *Special Events: Defining the product*. *Tourism Management*. CONSULTADO 12/07//23

Grasso, Laura. (2014). Re-pensar la categoría MUSEO desde su vinculación con la institución arte hasta la apertura contemporánea. Una mirada histórico-comunicacional. Caso testigo: Museo River. Universidad Nacional de La Plata. CONSULTADO 18/07/23

Hall, C. M. (1992). *Adventure, sport, and health tourism*. *Adventure, sport, and health tourism*. CONSULTADO 20/06/23

Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*. Universidad de Berna, Suiza. CONSULTADO 15/07//23

Llopis-Goig, R. (2015). *Spanish Football and Social Change*. Palgrave Macmillan, UK. CONSULTADO 15/07//23

Martos Fernández, P. (2003). Aproximación al deporte en la sociedad actual. En II Congreso Mundial de Ciencias de la Actividad Física y el Deporte (Deporte y Calidad de Vida). CONSULTADO 13/08//23

Standeven, J., & De Knop, P. (1999). *Sport Tourism*. *Human Kinetics*. CONSULTADO 15/07//23

Télam. (2013). El fútbol, una pasión de museo. Recuperado de <https://www.telam.com.ar/notas/201305/18243-el-futbol-una-pasion-de-museo.html>
CONSULTADO 10/09/23

Tourism Society of England (1976) CONSULTADO 15/07//23

World History Encyclopedia. (s. f.). Los antiguos Juegos Olímpicos. Recuperado de <https://www.worldhistory.org/trans/es/1-440/los-antiguos-juegos-olimpicos/>
CONSULTADO 15/07//23

Sitios web consultados:

<https://www.archdaily.cl/cl/979745/conoce-el-proyecto-ganador-para-el-parque-urbano-y-museo-nacional-del-futbol-en-avellaneda-buenos-aires>. CONSULTADO 29/09/23

<https://capbauno.org/2021/12/18/concurso-nacional-parque-urbano-y-museo-del-futbol/>
CONSULTADO 29/09/23

<https://argentinosjuniors.com.ar/instalaciones/museo/> CONSULTADO 15/09/23

<https://www.atleticodemadrid.com/atm/museo> CONSULTADO 09/08/23

https://argentina.as.com/argentina/2019/11/12/futbol/1573520993_442423.html
CONSULTADO 10/08/23

<https://www.buenosairescitybus.com/> CONSULTADO 10/11//23

<https://www.cariverplate.com.ar/entradas-para-el-museo> CONSULTADO 20/11/23

<https://www.cariverplate.com.ar/google-destaco-al-museo-river> CONSULTADO
20/08/23

<https://www.cariverplate.com.ar/los-jugadores-visitaron-el-museo-river>CONSULTADO
20/07/23

<https://www.cariverplate.com.ar/museo-river> CONSULTADO 05/06/23

https://www.clarin.com/arquitectura/arq_0_S1jfUf7sv7l.html CONSULTADO 27/09/23

https://www.clarin.com/arq/futuro-museo-futbol-avellaneda_0_4CTVZviEwV.htm
CONSULTADO 29/09/23

<https://www.diariodenavarra.es/noticias/deportes/futbol/osasuna/2022/05/04/el-museo-osasuna-potenciara-identidad-526237-1027.html> CONSULTADO 29/09/23

<https://www.diariopopular.com.ar/futbol/un-muerto-debacle-economica-y-un-estigma-plomo-asi-pago-river-el-mundial-78-n354724> CONSULTADO 14/09/23

<https://www.elgrafico.com.ar/articulo/las-cronicas-de-el-grafico/58288/la-historia-de-river-en-objetos-la-maquina-la-corbata-de-labruna-la-pelota-naranja-y-el-saco-de-gallardo>
CONSULTADO 21/08/23

<https://www.elgrafico.com.ar/articulo/1088/1464/alonso-y-la-pelota-naranja>
CONSULTADO 18/08/23

<https://laciudadavellaneda.com.ar/avellaneda-tendra-el-museo-nacional-del-futbol/>
CONSULTADO 13/08/23

<https://lapaginamillonaria.com/riverplate/El-Museo-River-abre-sus-puertas-con-horario-extendido-en-vacaciones-de-invierno-20210719-0010.html> CONSULTADO 21/07/23

<https://www.fcbarcelona.es/es/entradas/camp-nou-experience/the-experience/museo>
CONSULTADO 19/06/23

<https://www.fcporto.pt/es/museo> CONSULTADO 19/06/23

<https://www.inforegion.com.ar/2022/04/08/como-sera-el-museo-del-futbol-en-avellaneda/> CONSULTADO 13/08/23

<https://www.kulturklik.euskadi.eus/equipamiento/20151215143238/real100-museoa/kulturklik/es/z12-detnewpr/es/> CONSULTADO 19/06/23

<https://www.livingtours.com/es/tour/entrada-estadio-benfica> CONSULTADO 19/06/23

<https://madrid.city-tour.com/es/rutas-bus-turistico-madrid> CONSULTADO 12/10/23

<https://www.marca.com/futbol/real-madrid/2020/04/23/5e9d92ca22601da55b8b4601.html> CONSULTADO 23/06/23

<https://www.miradormadrid.com/tour-bernabeu-visita-estadio-real-madrid/>
CONSULTADO 19/10/23

<https://mude-sa.com/portfolio/> CONSULTADO 25/08/23

<http://museoboquense.com/> CONSULTADO 23/05/23

<http://www.museodesanlorenzo.com.ar/> CONSULTADO 21/05/23

<https://www.nuevoestadiobernabeu.com/nuevo-estadio/> CONSULTADO 23/06/23

https://www.ole.com.ar/futbol-primera/avellaneda_0_oV4WXdC35.html CONSULTADO 13/08/23

https://www.ole.com.ar/river-plate/maquina-madrid-historia-river-museo_0_O4i5GhN6b.html CONSULTADO 29/07/23

https://www.ole.com.ar/river-plate/museo-river-metegol-eternidad_0_8WUClniP8.html
CONSULTADO 29/07/23

https://www.ole.com.ar/river-plate/river-museo-ponzio-objetos-despedida_0_D5h9wSV8Z4.html CONSULTADO 16/06/23

https://www.ole.com.ar/river-plate/veces-river-elimino-boca_3_oA7rVjH.html
CONSULTADO 16/06/23

<https://www.pagina12.com.ar/343466-un-paseo-por-la-historia> CONSULTADO 24/07/23

https://www.planetarealmadrid.com/curiosidades/cuantos-socios-tiene-real-madrid_852_102.html CONSULTADO 20/08/23

<https://www.primaverablanca.es/> CONSULTADO 22/08/23

<https://www.realmadrid.com/sobre-el-real-madrid/historia> CONSULTADO 22/08/23

<https://www.realmadrid.com/sobre-el-real-madrid/historia/estadio-santiago-bernabeu/futuro-estadio-santiago-bernabeu> CONSULTADO 12/09/23

<https://sanmames.athletic-club.eus/museo/> CONSULTADO 15/10/23

<https://sevillafc.es/tour-sevillafc> CONSULTADO 15/10/23

<https://www.slbenfica.pt/es-es/loja/bilhetes/estadio-e-museu> CONSULTADO 10/10/23

<https://www.slbenfica.pt/es-es/instituicao/fundacao-benfica/irs> CONSULTADO 08/06/23

<https://www.slbenfica.pt/pt-pt/instituicao/instalacoes/museu-benfica/programacao>
CONSULTADO 08/06/23

https://www.tangol.com/esp/argentina/buenos-aires/excursiones/clasicas/visita-estadios-monumental-y-bombonera-river-y-boca_t_42 CONSULTADO 14/09/23

<https://www.timetoast.com/timelines/acontecimientos-historicos-del-real-madrid>
CONSULTADO 02/07/23

https://www.tripadvisor.com.ar/AttractionProductReview-g189158-d12904851-Benfica_Stadium_Tour_and_Museum_Entrance_TicketLisbon_Lisbon_District_Central_Por.html
CONSULTADO 08/06/23

https://www.tripadvisor.com.ar/Attraction_Review-g187514-d796251-Reviews-Santiago_Bernabeu_StadiumMadrid.html#/mediaatf/796251/36353430:p/?albumid=-160&type=0&category=-160 CONSULTADO 08/06/23

https://www.tripadvisor.com.ar/AttractionProductReview-g189158-d12904851-Benfica_Stadium_Tour_and_Museum_Entrance_TicketLisbon_Lisbon_District_Central_Por.html
CONSULTADO 08/06/23

<https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/article/descubr%C3%AD-buenos-aires-desde-el-bus-tur%C3%ADstico?dsdh=> CONSULTADO 10/11/23

<https://www.tycsports.com/river-plate/river-platense-angel-labrana-historia-id470151.html#:~:text=Estuvo%20%20a%C3%B1os%20ininterrumpidos%20en.alguna%20vez%20la%20banda%20roja> CONSULTADO 06/08/23

<https://www.valenciacf.com/es/tickets/forevertour/tour> CONSULTADO 24/09/23

<https://www.vavel.com/es/data/real-madrid/bio/> CONSULTADO 03/08//23

<https://www.viator.com/es-AR/tours/Lisbon/BENFICA-STADIUM-AND-MUSEUM/d538-14365P9> CONSULTADO 08/10/23

<https://villarrealcf.es/estadiodelaceramica/experiencias/> CONSULTADO 16/09/23

<https://www.visitlisboa.com/es/sitios/museu-sporting> CONSULTADO 20/07/23